

Technická univerzita v Liberci
FAKULTA PEDAGOGICKÁ

Katedra: Tělesné výchovy
Studijní program: Ekonomika a management
Obor: Sportovní management

PRŮZKUM ZÁJMU O CESTOVNÍ KANCELÁŘ ORIENTO VANOU NA DĚTI
A MLÁDEŽ

RESEARCH OF INTEREST ABOUT TRAVEL AGENCY ORIENTATED ON
CHILDREN AND YOUTH

UNTERSUCHUNG DES INTERESSES UM EIN, AN KINDER UND
JUGENDLICHE ORIENTIERTES, REISEBÜROS

Bakalářská práce: 07–FP–KTV–213

Autor:

Renáta LANGOVÁ

Podpis:

Adresa:

Na Maninách 1042/18

1700 00 Praha 7

Vedoucí práce: Mgr. Helena Rjabcová

Počet

stran	slov	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
72	11 505	-	-	14	1

V Liberci dne 10. 5. 2007

Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom(a) povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce.

V Liberci dne: 10. 5. 2007

Renáta Langová

PODĚKOVÁNÍ:

Touto cestou bych ráda poděkovala všem, kteří mi s mou prací jakkoliv pomohli. Jmenovitě pak hlavně vedoucí své práce Mgr. Heleně Rjabcové za odbornou pomoc při vypracování bakalářské práce a za cenné rady při konzultacích.

ANOTACE:

Cílem bakalářské práce byl průzkum zájmu o vznik cestovní kanceláře orientované na děti a mládež, která by nabízela zimní a letní tábory. V její teoretické části je rozebrána charakteristika cestovního ruchu, jeho druhy a formy. Dále pak funkce a význam cestovních kanceláří a hlavní rozdíly mezi cestovními kancelářemi a cestovními agenturami. Praktická část má za úkol již zmiňovaný průzkum. Jelikož v Libereckém kraji žádná takováto cestovní kancelář není, myslím si, že její vznik by byl jediné přínosem.

Klíčová slova: cestovní ruch, cestovní kancelář, průzkum

SUMMARY:

The aim of baccalaureate work was research of interest into beginning of travel agencies oriented on children and youth, offering winter and summer camps. In the theoretical chapter is analyse tourist trade characteristic, its kinds and forms. Furthermore functions and importance of travel agency and main differences between travel offices and travel agency. Practical chapter main aim is the above Alfredy mentioned research. Since in Liberec surroundings is missing such travel agency, I think, its establishment would bring benefit only.

Key words: tourist trade, travel agency, research

ZUSAMMENFASSUNG:

Das Ziel der bakkalaureus Arbeit war die Untersuchung des Interesses um Entstehung eines, an Kinder und Jugendliche orientiertes Reisebüros, welches Winter- und Sommerlager anbieten kann. Im theoretischen Teil sind die Charakteristik, Arten und Formen des Reiseverkehrs, Funktionen und Bedeutung der Reisebüros und zuletzt die Differenzen zwischen Reisebüros und Reiseagenturen beschrieben. Der praktische Teil hat die schon erwähnte Untersuchung zur Aufgabe. Weil im Landkreis Liberec kein solches Reisebüro ist, glaube ich, dass seine Entstehung nur Beitrag wäre.

Schlüsselwörter: der Reiseverkehrs, das Reisebüro, die Untersuchung

OBSAH:

1 ÚVOD	9
2 CESTOVNÍ RUCH	10
2.1 Podstata cestovního ruchu	10
2.2 Subjekt cestovního ruchu	11
2.3 Objekt cestovního ruchu	12
2.4 Okolí systému cestovního ruchu	13
2.4.1 Ekonomické prostředí	13
2.4.2 Politické prostředí	14
2.4.3 Sociální prostředí	14
2.4.4 Technicko-technologické prostředí	15
2.4.5 Ekologické prostředí	15
3 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	15
3.1 Druhy cestovního ruchu	15
3.1.1 Rekreační cestovní ruch	16
3.1.2 Sportovní cestovní ruch	16
3.1.3 Myslivecký cestovní ruch	17
3.1.4 Kulturní cestovní ruch	17
3.1.5 Lázeňský cestovní ruch	17
3.1.6 Zdravotní cestovní ruch	17
3.1.7 Kongresový cestovní ruch	18
3.1.8 Stimulační cestovní ruch	18
3.2 Formy cestovního ruchu	18
3.2.1 Formy dle geografického hlediska	18
3.2.2 Formy z hlediska počtu účastníků	19
3.2.3 Formy podle způsobu organizování	19
3.2.4 Formy podle věku účastníků	20
3.2.5 Formy z hlediska délky účasti	21
3.2.6 Formy podle převažujícího místa pobytu	21
3.2.7 Formy podle ročního období	22
3.2.8 Formy podle použitého dopravního prostředku	23
3.2.9 Formy cestovního ruchu z hlediska dynamiky	23

3.2.10 <i>Formy cestovního ruchu ze sociologického hlediska</i>	24
3.3 Orgány koordinace cestovního ruchu	24
3.3.1 <i>Ministerstvo pro místní rozvoj</i>	24
3.3.2 <i>Kraje</i>	25
3.3.3 <i>Czech Tourism</i>	25
3.3.4 <i>Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky</i>	25
3.3.5 <i>Asociace cestovních kanceláří České republiky</i>	26
3.3.6 <i>Asociace českých cestovních kanceláří a agentur</i>	26
4. CESTOVNÍ KANCELÁŘE A CESTOVNÍ AGENTURY	26
4.1 Pokyny pro vznikající cestovní kancelář	27
4.2 Cestovní kancelář	28
4.3 Cestovní agentura	29
4.4 Kategorizace cestovní kanceláří	29
4.5 Zákony upravující cestovní ruchu	30
5 CÍLE A ÚKOLY BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	30
6 VÝZKUM	31
6.1 Metodika výzkumu	31
6.2 Výsledky výzkumu	32
6.2.1 <i>Celkové vyhodnocení anket</i>	32
6.2.2 <i>Vyhodnocení ankety 4. tříd základních škol v Libereckém kraji</i>	44
6.2.3 <i>Vyhodnocení ankety 7. tříd základních škol v Libereckém kraji</i>	55
7 ZÁVĚR	66
8 SEZNAM LITERATURY	68
9 PŘÍLOHY	69

1 ÚVOD

Cestovní ruch a cestování mají velmi dlouhou historii a jsou spjaté s počátky naší civilizace. První výpravy vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a nakonec i vesmírným prostorem. Jejich důvody byly obchodní (obchodní stezky), vojenskopolitické (dobyvatelská válečná tažení), poznávací (přírodovědecké expedice), sportovní (zdolání velehor) či dokonce čistě prestižní (první člověk ve vesmíru, první přistání na Měsíci). K nejznámějším postavám počátků cestování nepochybně patří Marco Polo a Kryštof Kolumbus. S novodobým rozvojem cestovního ruchu a jeho hromadným organizováním je nezapomenutelně spojeno jméno Angličana Thomase Cooka, který roku 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář.

Jelikož mám ráda děti a chtěla bych jít ve stopách Thomase Cooka, ráda bych v budoucnu nějakou cestovní kancelář buď přímo založila, a nebo v ní alespoň pracovala. Proto jsem si pro svou bakalářskou práci vybrala téma „Průzkum zájmu o cestovní kancelář orientovanou na děti a mládež“. Zde jsem chtěla zjistit zájem o tuto cestovní kancelář, hlavně ze strany rodičů, na které byl tento průzkum zaměřen.

Teoretická část rozebírá charakteristiku cestovního ruchu, jeho druhy a formy, funkce a význam cestovních kanceláří a hlavní rozdíly mezi cestovními kancelářemi a cestovními agenturami. Ve druhé, praktické části jde především o již zmiňovaný průzkum zájmu o vznik cestovní kanceláře, která by nabízela letní a zimní tábory pro děti a mládež. Na základě vyhodnocení průzkumu následuje rozhodnutí, zda takovou cestovní kancelář založit či nikoliv a v případě kladného rozhodnutí vyhotovení vzorové nabídky letního a zimního tábora.

2 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch je významný společensko – ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.

Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých zemích jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. Kromě primární nabídky (přírodní a kulturně-historické podmínky) cestovní ruch totiž vyžaduje i možnost svobodného pohybu obyvatelstva, přiměřený disponibilní fond volného času, volnou kupní sílu na uspokojování méně zbytných potřeb. Nezbytná je i výstavba a provoz dopravních, ubytovacích, sportovně-rekreačních, zábavních a dalších zařízení cestovního ruchu.

2.1 Podstata cestovního ruchu

Vědeckému bádání cestovního ruchu se začala systematická pozornost věnovat již začátkem minulého století. Autoři se snažili zejména o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu cestování. Z tohoto období stojí za zmínku názor Hermanna von Schullarda z roku 1910, který cestovní ruch považoval za soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu.

Významným mezníkem v procesu zkoumání cestovního ruchu bylo zpracování a publikování Všeobecné nauky cestovního ruchu švýcarskými autory W. Hunzikerem a K. Krapfem v roce 1942. Cestovní ruch definovali jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalý pobyt nebo výkon výdělečné činnosti“.

Na zintenzivnění úsilí o definování pojmu cestovního ruchu se v 70. letech minulého století podílel další švýcarský profesor C. Kašpar, který v roce 1975 definoval cestovní ruch jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“. Tato definice se v 80. letech minulého století stala oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých

pracovníků cestovního ruchu (AIEST – Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme).

S cílem sjednotit názory na definování předmětu cestovního ruchu z hlediska statistiky organizovala Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) v roce 1991 v kanadské Ottawě mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu. Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená (v mezinárodním cestovním ruchu 1 rok, v domácím 6 měsíců), přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založená na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale to nevylučuje služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací hrazené z titulu pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště anebo firmy.

Cestovní ruch je v současnosti předmětem zkoumání několika vědních disciplín, např. ekonomie, geografie, psychologie, pedagogiky a dalších. Všechny mají společný předmět zkoumání – cestovní ruch, ale každá disciplína ho zkoumá ze svého pohledu. Předmětem ekonomie cestovního ruchu je zkoumání ekonomických aspektů cestovního ruchu spojených s produkcí a realizací služeb a zboží specifického charakteru, souvisejícího s účastí na cestovním ruchu. Geografie cestovního ruchu zkoumá teritoriální aspekty interakcí mezi cestovním ruchem a krajinou s cílem určit zákonitosti jejich vývoje. Předmětem sociologie cestovního ruchu je zkoumání společnosti s důrazem na sociální chování. Psychologie cestovního ruchu se zabývá studiem psychiky návštěvníků v cestovním ruchu s důrazem na motivaci účasti na cestovním ruchu, spokojenosti s dovolenou apod. Cestovní ruch má tak interdisciplinární charakter.

Synonymem pojmu cestovní ruch je však stále více používaný termín turismus. V praxi je běžně používané i slovní spojení průmysl cestovního ruchu, které však není synonymem pojmu cestovní ruch. Průmyslem cestovního ruchu rozumíme souhrn aktivit soukromého a veřejného sektoru produkujícího statky a služby určené na uspokojování potřeb návštěvníků včetně jejich marketingových aktivit. (HESKOVÁ, M. a kol., 2006, PETRŮ, Z., 1999)

2.2 Subjekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu (tourist subject) reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků

cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo trvalé bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník. Tyto pojmy se však zcela neshodují se závěry mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu z roku 1991. Ve struktuře cestujících má své místo i stálý obyvatel jako potenciální účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu.

Stálý obyvatel (rezident) v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Jde tedy o občany státu a cizince splňující tato kritéria.

Návštěvník (visitor) je osoba která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu pak cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.

Turista (tourist) je osoba, která v domácím i zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se přitom rozlišuje:

- turista na dovolené (holiday marker), který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní
- krátkodobě pobývajícím turista (short-term tourist), který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletník (excursionist, same-day tourist) je návštěvník, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě.

Základní charakteristikou jednotlivých modifikací účastníka cestovního ruchu z hlediska statistiky je změna místa běžného životního prostředí (trvalé bydliště), dočasnost cestování a pobytu a nevýdělečná činnost během účasti na cestovním ruchu. (HESKOVÁ, M. a kol., 2006)

2.3 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu (objekt of tourism) je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.

Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu.

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. Někdy se také na jeho označení používá pojem destinace cestovního ruchu.

2.4 Okolí systému cestovního ruchu

Charakteristika cestovního ruchu jako otevřeného systému zdůrazňuje význam vlivu okolí (vnějšího prostředí) na jeho strukturu a vývoj. Ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí nemá k cestovnímu ruchu výlučný vztah, ale cestovní ruchu více nebo méně ovlivňuje. Zároveň je aktuální i zpětná vazba, tedy vliv cestovního ruchu na jeho okolí.

2.4.1 Ekonomické prostředí

Ekonomické prostředí je pro rozvoj cestovního ruchu velmi významné. Jde zejména o pozitivní nebo negativní vlivy ekonomického růstu, nezaměstnanosti, inflace, stability měny a úrokové míry.

Rozhodující je ekonomický růst, který se projevuje v růstu hrubého domácího produktu. Růst hrubého domácího produktu ovlivňuje objem investic a výdajů na cestovní ruch. Pozitivní vliv těchto činitelů nastává, když výdaje na cestovní ruch rostou rychleji než hrubý domácí produkt. Hospodářský pokles a krize, kterou provází růst nezaměstnanosti a zmrazení mezd, má negativní vliv na cestovní ruch. Nezaměstnanost se spojuje s poklesem příjmů obyvatelstva a s výdaji na méně zbytné potřeby mezi které se řadí i výdaje na cestovní ruch.

Inflace má za následek pokles kupní síly peněz a projevuje se všeobecně růstem cen zboží a služeb včetně cen zboží a služeb cestovního ruchu. Důležitá je i stabilita měny, která ovlivňuje zejména zahraniční cestovní ruch. Devalvace měny zdražuje vycestování obyvatel do zahraničí a naopak pobyty cizinců zlevňuje. V pasivním zahraničním cestovním ruchu musí totiž občan za jednotku cizí měny zaplatit více jednotek domácí měny. Zahraniční návštěvník dostane za jednotku měny své země více peněžních jednotek měny navštívené země. Zhodnocení měny určitého státu má na cestovní ruch opačný účinek.

Zpětná vazba cestovního ruchu na ekonomické prostředí se projevuje v jeho vlivu na ekonomický růst, zvýšení zaměstnanosti, příjmy obyvatelstva, platební bilanci státu apod.

2.4.2 Politické prostředí

Politické prostředí tvoří zejména mírové podmínky v jednotlivých státech a ve světě jako celku. Cestovnímu ruchu se nedaří v zemích, ve kterých jsou občanské nepokoje nebo je ohrožena bezpečnost turistů, jejich zdraví, popřípadě jejich majetek. Důsledky teroristického útoku na tzv. americká dvojčata z roku 2001 mají v mezinárodním cestovním ruchu dlouhodobý dopad.

Mnoho závisí i na společenském zřízení státu, ve kterém se cestovní ruch rozvíjí, protože stát je nositelem politiky cestovního ruchu. Důsledky této politiky se projevují při vytváření státních orgánů cestovního ruchu, tvorbě strategií a koncepcí rozvoje cestovního ruchu, tvorbě právních norem týkajících se možnosti rozvoje cestovního ruchu, ale i v jeho případné stagnaci nebo poklesu, podpoře aktivit souvisejících s rozvojem regionů včetně cestovního ruchu.

2.4.3 Sociální prostředí

Podstatný význam pro rozvoj cestovního ruchu má i sociální prostředí, které je dáno společenským zřízením. To ovlivňuje např. rozdělování hrubého domácího produktu, pracovní a mimopracovní podmínky a sociální politiku státu.

Rozdělování hrubého domácího produktu se projevuje v hmotné spotřebě a spotřebě služeb obyvatelstva, má vliv na úroveň výživy, odívání, vybavenosti domácností předměty dlouhodobé spotřeby, ale i na úroveň veřejné spotřeby, jako např. služby zdravotnictví a školství.

Pracovní podmínky jsou spojené s délkou pracovní doby, intenzitou práce, pracovním prostředím, úrovní technické vybavenosti, hygienou a bezpečností práce. Mimopracovní podmínky souvisejí s fondem volného času jako součástí mimopracovního času, podmínkami jeho účelného využívání apod. Jedinečný význam má zákonná placená dovolená, která ovlivňuje zejména rozvoj dlouhodobého cestovního ruchu.

Sociální politika se zaměřuje na sociální zabezpečení těch občanů, kteří mají nedostačující nebo nemají žádné pracovní příjmy na zabezpečení základních životních potřeb. Stát určuje podmínky pro nemocenské pojištění, důchodové zabezpečení, přídavky na děti, podpory v nezaměstnanosti apod.

Zpětná vazba cestovního ruchu na sociální prostředí se projevuje např. diferenciací nabídky produktu tak, aby se umožnila účast na cestovním ruchu i sociálně slabším skupinám obyvatelstva, včetně zdravotně hendikepovaných.

2.4.4 Technicko-technologické prostředí

Technicko-technologickým prostředím označujeme dopravní infrastrukturu a další technickou informačně-technologickou vybavenost umožňující rozvoj cestovního ruchu. Rozvoj dopravy má však i negativní vliv na cestovní ruch a životní prostředí.

Zvláště významné jsou nové technologie, které ulehčují poskytování jednotlivých druhů služeb cestovního ruchu, umožňují snižovat počty pracovníků, šetřit energii, vodu apod. Informatizace společnosti souvisí s novými informačními technologiemi, které umožňují elektronické rezervování služeb přes centrální systémy rezervování, využívání internetu jako distribučního kanálu, který urychluje nejen výměnu informací, ale i rozhodování účastníků cestovního ruchu a obchodní činnosti v cestovním ruchu.

2.4.5 Ekologické prostředí

Ekonomický růst má své hranice a provází jej zhoršování životního prostředí. Cestovní ruch již z hlediska podstaty je závislý na přirozené tvorbě atraktivního prostředí. Rozvíjí se tam, kde existují vhodné přírodní a kulturně-historické zdroje rozmístěné v zemi. Závislost cestovního ruchu na ekologickém prostředí je větší než ve většině jiných hospodářských aktivit. Proto narušení rovnováhy země u prvků jako je půda, voda, ovzduší, flóra a fauna může vést k omezení, případně i k likvidaci cestovního ruchu. (HESKOVÁ, M. a kol., 2006, PETRŮ, Z., 1999)

3 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU

Z praktického hlediska má pro rozvoj cestovního ruchu význam typologie cestovního ruchu s rozdělením na druhy a formy. Posuzování cestovního ruchu z hlediska motivace se týká druhů cestovního ruchu, příčiny ovlivňující cestovní ruch a důsledky, které přináší, se týkají forem cestovního ruchu. Druhy a formy cestovního ruchu se vyskytují ve vzájemných kombinacích tak, aby docházelo k optimálnímu uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu a spokojenosti podnikatelského prostředí.

3.1 Druhy cestovního ruchu

Z hlediska motivace účasti na cestovním ruchu mluvíme zejména o rekreačním, sportovním a dobrodružném, mysliveckém a rybářském, kulturním a náboženském,

lázeňském a zdravotním, obchodním, kongresovém a stimulačním cestovním ruchu. V praxi se tyto druhy cestovního ruchu nevyskytují v čisté podobě, ale ve vzájemné kombinaci, přičemž jeden z nich bývá dominantní.

3.1.1 Rekreační cestovní ruch

Rekreační cestovní ruch (recreation) je druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický aktivní i pasivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Pobyt v příznivém přírodním prostředí kombinovaný s různými rekreačními aktivitami má vliv na organismus a duševní pohodu člověka. Dostává stále větší význam se zhoršujícím se životním prostředím v místě trvalého bydliště a pracoviště. Rekreační cestovní ruch má podobu individuální nebo rodinné rekreace.

3.1.2 Sportovní cestovní ruch

Také pro sportovní cestovní ruch (sport tourism) je charakteristický pobyt ve vhodném přírodním prostředí, ale s aktivním vykonáváním různých sportovních činností, které předpokládají určitou fyzickou kondici. Jde například o turistiku (pěší, horská, vodní), cykloturistiku nebo mototuristiku, ke které patří kempování a karavanning. Pohybové a sportovní aktivity působí mimo zvyšování fyzické zdatnosti i na rozvíjení morálních a volních vlastností člověka (vytrvalost, houževnatost, odvaha, kolektivnost). Technicky náročným druhům sportu se věnují účastníci cestovního ruchu převážně v pasivní podobě, a to jako sportovní diváci.

Dobrodružný cestovní ruch (adventure tourism) je součástí sportovního cestovního ruchu jako výsledek touhy po neznámém, po objevování, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Jde o touhu člověka změnit alespoň na krátký čas každodenní způsob života na alternativní způsob života vykonáváním rozličných aktivit (noční putování, zdolávání vysoko položených míst, či pěstování extrémních, tj. adrenalinových sportů – bungee dumping, rafting apod.)

3.1.3 Myslivecký cestovní ruch

Za samostatný druh se považuje myslivecký cestovní ruch (hunting tourism), který má z větší části charakter sportovního, z menší rekreačního cestovního ruchu. Účastníci tohoto druhu cestovního ruchu jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků.

Jeho součástí je **rybářský cestovní ruch** (fishing tourism) spojený s chytáním ryb nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách, rybnících a mořích. Organizátoři mysliveckého a rybářského cestovního ruchu musí respektovat platnou legislativu týkající se ochrany přírody a země a upravující podmínky myslivectví a rybářství. Lov zvěře nebo ptáků, podobně jako chytání ryb podléhá proto kontrole a poplatkům.

3.1.4 Kulturní cestovní ruch

Účast na kulturním cestovním ruchu (cultural tourism) umožňuje uspokojování duchovních potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života obyvatel navštívených cílových míst apod. V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, hudebních, divadelních a filmových festivalů.

Náboženský (poutní) cestovní ruch (pilgrimage tourism) je součástí kulturního cestovního ruchu a je spojený s tradicemi světových náboženství. Náboženský cestovní ruch se od kulturního liší náboženskými motivy a odmítáním označování jeho účastníků jako turistů (poutníci).

3.1.5 Lázeňský cestovní ruch

Lázeňský cestovní ruch (spa tourism) představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněný existencí přírodních léčivých zdrojů, které ovlivňují zaměření lázeňské léčby. V lázeňských městech se intenzivně rozvíjí i společenský a kulturní život, který pozitivně ovlivňuje výsledky lázeňské léčby.

3.1.6 Zdravotní cestovní ruch

Zdravotní cestovní ruch (health tourism) je reakcí na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života. Produkty zdravotního cestovního ruchu

nabízejí nejen lázně, ale i hotely v rekreačních střediscích. Jejich hlavní součástí jsou různé sportovně-rekreační, rekondiční, relaxační a další aktivity a programy.

3.1.7 Kongresový cestovní ruch

Předmětem kongresového cestovního ruchu (congress tourism, convention tourism) je organizování kongresů, konferencí, sympozií, seminářů, výstav a veletrhů. Od ostatních druhů cestovního ruchu se odlišuje zejména tím, že se koncentruje většinou do velkých měst, uskutečňováním kongresových akcí zejména v mimo sezónním období a je spojen s nadprůměrnými příjmy většiny jeho účastníků.

3.1.8 Stimulační cestovní ruch

Stimulační cestovní ruch (incentive tourism) je pojem, který označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Smyslem je podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků. Účast na stimulačním cestovním ruchu bývá odměnou – prémie vítězů interní soutěže organizované zaměstnavatelským podnikem či firmou a zvyšuje motivaci pracovníků k výkonu. (FORET, M. a FORETOVÁ, V., 2001, HESKOVÁ, M. a kol., 2006)

3.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu.

Typologie forem cestovního ruchu využívá více klasifikačních kritérií.

3.2.1 Formy dle geografického hlediska

Zde hovoříme o domácím, zahraničním a mezinárodním cestovním ruchu. Odvozenými formami jsou vnitřní, národní a regionální cestovní ruch.

Domácí cestovní ruch (internal tourism) představuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi.

Zahraniční cestovní ruch je spojený s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí. Rozlišujeme přitom aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch. V aktivním zahraničním

cestovním ruchu (inbound tourism) jde o příjezd zahraničních turistů do cílové země (příjezdový cestovní ruch – incoming), jejichž výdaje se v navštívené zemi projevují v aktivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu. V pasivním zahraničním cestovním ruchu (outbound tourism) jde o cestování rezidentů do cílové země (výjezdový cestovní ruch – outcoming), jejichž výdaje se v mateřské zemi projevují v pasivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu.

Mezinárodní cestovní ruch (international tourism) tvoří aktivní a pasivní zahraniční ruch několika států nebo regionů.

3.2.2 Formy z hlediska počtu účastníků

Podle počtu účastníků se dělí cestovní ruch na individuální a skupinový.

Individuální cestovní ruch (individual tourism) je založený na individuálním cestování a samostatné organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou. Jeho předností je seberealizace při tvorbě programu a libovolné přizpůsobování se podmínkám.

Účastníci **skupinového** cestovního ruchu (group tourism) cestují v organizovaných skupinách a využívají z toho vyplývající výhody, jako například slevy při přepravě, v ubytovacích zařízeních, či návštěvě objektů a atrakcí cestovního ruchu. Může jít o organizovaný nebo neorganizovaný cestovní ruch.

3.2.3 Formy podle způsobu organizování

Důležité je i rozlišení cestovního ruchu dle způsobu organizování na individuální a organizované cestování.

Individuálně si cestování organizuje zhruba 80 % účastníků cestovního ruchu.

Organizované cestování (organized tourism) je hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů cest, kterými jsou ve většině případů cestovní kanceláře (touroperátoři). Výsledkem činnosti organizátora jsou zájezdy, které na rozdíl od individuálních cest mají společné, pevné body programu, ve kterých je volnost rozhodování jednotlivců relativně omezená.

3.2.4 Formy podle věku účastníků

Podle věku účastníků cestovního ruchu hovoříme o cestovním ruchu dětí, mládeže, rodin a seniorů.

Cestovní ruch **dětí** (children's tourism) je forma cestovního ruchu určená dětem ve věku do 15 let, které se zúčastňují organizovaných pobytů a výletů bez účasti rodičů, avšak s jejich souhlasem (dětské tábory, školy v přírodě, školní výlety).

Mládežnický cestovní ruch (youth tourism) je spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let. Mládež upřednostňuje kolektivní akce s možností sociálního kontaktu a hlučnější zábavy, turistiku, sportovní a kulturní soutěžení. Dále tito lidé preferují nezávislost, individuální organizování, mají touhu se setkávat a cestovat se svými vrstevníky. Organizátoři cestovního ruchu nabízejí mládeži v mnohých případech za zvýhodněné podmínky výměnné pobyty v zahraničí s ubytováním v rodinách s cílem prohloubit své jazykové vědomosti, mezinárodní pracovní programy, zahraniční praxe a jiné.

Rodinný cestovní ruch, také označovaný jako rodinná rekreace je určený zejména mladým rodinám ve věku 25 až 44 let, kteří žijí jako manželské páry s dětmi. Její součástí je příjemné trávení volného času mimo místo trvalého bydliště. Rodinnou rekreaci zajišťují zařízení cestovního ruchu, která jsou ochotná a schopná připravit vhodný produkt jak pro dospělé, tak i pro jejich děti.

Účastníky **seniorského** cestovního ruchu (senior tourism) jsou lidé v poproduktivním, tzv. třetím věku, pro které je typický dostatek volného času a dostatečný kupní fond zejména v ekonomicky vyspělých státech. Mohou proto cestovat dlouhodoběji a častěji. Senioři mají své potřeby a cíle, vyžadují osobní formu nabídky, balíčky služeb a příjemnou atmosféru. Preferují určité formy dovolené, např. poznávací zájezdy, lázeňské a zdravotní pobyty, dlouhodobé pobyty v klimaticky příjemných místech zejména v zimním období a tím se odlišují od ostatních skupin účastníků cestovního ruchu.

Relativně samostatnou skupinu tvoří v současnosti lidé ve věku mezi 40. a 50. rokem života, kteří mají již odrostlé děti, relativní dostatek volného času, jsou ekonomicky činní, s dobrým ekonomickým postavením a v dobrém fyzickém stavu, který jim umožňuje intenzivně cestovat. Tato skupina se stává samostatným a významným segmentem na trhu cestovního ruchu.

3.2.5 Formy z hlediska délky účasti

Z hlediska délky účasti jde o cestovní ruch výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý.

Výletní cestovní ruch (excursion/trip) je cestovní ruch, který je spojený s pobytem mimo trvalé bydliště kratším než jeden den bez přenocování, s různou motivací, různým typem dopravního prostředku a to buď samostatně a nebo jako součást zájezdu.

Krátkodobý cestovní ruch (short-term tourism) nepřesahuje dvě až tři přenocování. Organizuje se za účelem odpočinku, poznávání, zábavy, kulturního nebo sportovního vyžití. Nejčastěji jde o účast na cestovním ruchu koncem týdne, který se označuje jako **víkendový** cestovní ruch (weekend tourism).

Dlouhodobý cestovní ruch (long-term tourism) je forma cestovního ruchu s přiměřenou délkou pobytu přesahující tři až čtyři přenocování. V jednotlivých zemích je délka pobytu stanovena diferencovaně.

3.2.6 Formy podle převažujícího místa pobytu

Podle převažujícího místa pobytu rozlišujeme městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský cestovní ruch.

Městský cestovní ruch (urban tourism) je každá forma pobytu návštěvníků ve městě, jehož hlavním cílem je celkový zážitek z návštěvy města bez ohledu na to, jestli je pobyt spojený s přenocováním nebo nikoliv. Může být motivovaný pracovně nebo turisticky. S ohledem na délku pobytu v místě jde o výletní nebo pobytový cestovní ruch. Možnost rozvoje městského cestovního ruchu mají všechny velikostní typy měst za předpokladu, že mimo primární nabídky jsou dopravně dostupné, mají kulturní infrastrukturu, nákupní možnosti, stravovací a ubytovací možnosti, organizované kulturní, obchodní a sportovní akce. Významná je také služba turistické informační kanceláře.

Příměstský cestovní ruch, neboli příměstská rekreace (suburban recreation) se realizuje krátkodobě, nejčastěji přes víkend, v relativně krátké dopravní dostupnosti. Časová dostupnost je 45 – 60 minut.

Venkovský cestovní ruch (rural tourism) zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Obvykle jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování ve vesnických domech. Cílem rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojit do poskytování služeb místní obyvatelstvo. Významným

motivem pobytu na venkově je kvalitnější životní prostředí venkova ve srovnání s městy a průmyslovými aglomeracemi.

Součástí venkovského cestovního ruchu je i **agroturistika** (agritourism), která se spojuje s uspokojováním potřeb účastníků cestovního ruchu na zemědělském hospodářství nebo na selské usedlosti. Jde o trend návratu do přírody a aktivní odpočinek. Jsou s ní spojené netradiční zážitky s poznáváním života a práce na zemědělském hospodářství. Dále to jsou různé typy řemesel a tradic (tkaní, vyšívání, hrnčířství, lidové slavnosti apod.). V agroturistice je také možná aktivní účast na typických farmářských činnostech, jako například sečení a sušení sena, dojení výroba másla a sýrů, sklizňové práce a další.

Ekoagroturistika (eco-agritourism) je forma agroturistiky na ekologicky hospodářských farmách.

Horský a vysokohorský cestovní ruch (mountain tourism) představuje soubor činností spojených s pobytem ve vhodném přírodním prostředí horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu. Jeho účastníci se věnují pěší horské a vysokohorské turistice, horolezectví, v zimě lyžování, sáňkování a snowboardingu. V neznámém terénu, který vyžaduje i vyšší fyzickou připravenost, se doporučuje využívat služeb horských průvodců nebo horských vůdců.

Přímořský cestovní ruch se koncentruje do přímořských letovisek, ve který se jeho účastníci během dne věnují sportovně-rekreačním aktivitám a ve večerních či nočních hodinách aktivitám společensko-zábavním.

3.2.7 Formy podle ročního období

Podle ročního období je možné rozdělit cestovní ruch na sezónní (seasonal tourism), mimosezónní (off season tourism) a celoroční (year-round tourism).

V cestovním ruchu je sezónnost výsledkem působení přírodních a sociálních činitelů. Přírodní činitelé mají vliv na střídání ročních období, klimatické a povětrnostní změny, délku dne. To podmiňuje období s příznivými (hlavní sezona) a méně příznivými podmínkami pro cestovní ruch (vedlejší sezona). Působení přírodních činitelů je objektivní a jejich vliv není možné ovlivňovat. Sociální činitele, zejména tradice čerpání dovolené a doba školních prázdnin, vznikají sice působením přírodních činitelů, ale částečně jsou i subjektivní povahy. Tyto činitele je možné cílevědomě ovlivňovat. Sezónnost má vliv na účast cestovního ruchu, ovlivňuje hospodářskou činnost podniků a středisek cestovního ruchu. Na zmírnění

sezónnosti se využívá cenová politika, aktivní nabídka služeb, propagace a administrativní opatření.

3.2.8 Formy podle použitého dopravního prostředku

Podle použitého dopravního prostředku rozdělujeme motoristický, železniční, letecký a lodní cestovní ruch.

Motoristický cestovní ruch (mototourism) označuje formu cestovního ruchu spojenou s využitím přepravy motorovým dopravním prostředkem, nejčastěji automobilem, případně motocyklem. Je charakteristický nezávislostí na hromadné osobní dopravě, rychlostí přemísťování a vysokým akčním dosahem. Součástí motoristického cestovního ruchu může být i autobusový cestovní ruch, který se organizuje většinou na objednávku skupiny zájemců nebo organizátorů autokarových zájezdů.

Železniční cestovní ruch (railway tourism) je spojený s cestováním po železnici, s přepravou cestujících vsedě, lůžkovým nebo lehátkovým vagonem. Obyčejně jde o organizovaný cestovní ruch, kdy organizátorem zájezdů je cestovní kancelář železniční společnosti. Kromě přepravy jde o stravovací služby v restauračním nebo bufetovém voze a doplňkové služby poskytované v navštívených střediscích cestovního ruchu.

Letecký cestovní ruch (air tourism) je forma cestovního ruchu organizačně zabezpečovaná cestovní kanceláří letecké společnosti. Letecká doprava je nejrychlejší způsobem přepravy. Letecké společnosti poskytují služby cestujícím na pravidelných a nepravidelných (charterových) linkách. Malá dopravní letadla se používají na vyhlídkové panoramatické lety.

Lodní cestovní ruch (shipping tourism) je spojený s cestováním a pobytem na říční a mořské lodi nebo jachtě. Může přitom jít o linkové nebo rekreační plavidlo.

3.2.9 Formy cestovního ruchu z hlediska dynamiky

Z hlediska dynamiky rozlišujeme pobytový (statický) a poznávací (dynamický) cestovní ruch.

Pobytový cestovní ruch (residential tourism) je formou cestovního ruchu, jehož účastníci pobývají více dnů na jednom místě. V závislosti na druhu cestovního ruchu se zde věnují různým aktivitám. Program pobytu může být doplněn o výlety a exkurze do bližšího či vzdálenějšího okolí.

Poznávací cestovní ruch (cognitive tourism) je spojený s cestováním zpravidla organizované skupiny účastníků po určité trase, podle předem vypracovaného programu s určitým poznávacím cílem.

3.2.10 Formy cestovního ruchu ze sociologického hlediska

Ze sociologického hlediska hovoříme o návštěvách příbuzných a známých, sociálním a etnickém cestovním ruchu.

Sociální cestovní ruch (social tourism) je forma, kde všechny nebo alespoň část nákladů cestovního ruchu hradí stát, zaměstnavatel, nadace apod. Jde o cestovní ruch účastníků ze sociální skupiny nebo hendikepovaných osob z důvodu vysokého věku, nízkých příjmů, fyzického nebo psychického postižení.

Etnický cestovní ruch (ethnic tourism) zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků nebo návštěvy zajímavých národností s cílem seznámit se a poznat jejich zvyky a způsob života.

Na závěr je nutné poznamenat, že nejde o vyčerpávající přehled druhů a forem cestovního ruchu, protože probíhají neustálé inovace a obohacení.

3.3 Orgány koordinace cestovního ruchu

Nejvyšší zastřešujícím orgánem koordinace cestovního ruchu je v České republice Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky a její podvýbor pro cestovní ruch a krizové regiony.

3.3.1 Ministerstvo pro místní rozvoj

Podpora rozvoje cestovního ruchu spadá v České republice do kompetence Ministerstva pro místní rozvoj (MMR). To dále spolupracuje s dalšími ministerstvy a celou řadou regionálních sdružení a organizací, s místní správou a samosprávou.

Ministerstvo pro místní rozvoj bylo zřízeno 1. listopadu 1996 zákonem č. 272/1996, kterým byla stanovena jeho působnost jako ústředního orgánu státní správy České republiky. Podle tohoto zákona je Ministerstvo pro místní rozvoj vedle jiných činností ústředním orgánem správy ČR ve věcech cestovního ruchu. (www.mmr.cz)

3.3.2 Kraje

Oblast cestovního ruchu je také v kompetenci jednotlivých krajů na území České republiky. Kraje jsou samostatně spravovány zastupitelstvem kraje. Ty schvalují kompetence rozvoje cestovního ruchu na území kraje, zajišťují jejich realizaci a kontrolují jejich plnění.

3.3.3 Czech Tourism

Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism je státní příspěvková organizace, zřízená rozhodnutím ministra hospodářství z 18. března 1993. Zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj. V rámci svého poslání koordinuje státní propagaci cestovního ruchu s aktivitami prováděnými podnikatelskými subjekty a rozvíjí střednědobou a aktuální strategii pro marketing produktů cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu.

Základním cílem Czech Tourism je propagace ČR jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v ČR. (www.czechtourism.cz)

3.3.4 Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky

Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky je nezávislé, dobrovolné a otevřené profesní sdružení právnických a fyzických osob v obchodě, v cestovním ruchu a v odvětví a oborech navazujících, které se sdružili na ochranu a prosazování svých hospodářských a sociálních zájmů v souladu s právními předpisy České republiky. (www.socr.cz)

3.3.5 Asociace cestovních kanceláří České republiky

Asociace cestovních kanceláří (ACK ČR) je dobrovolným sdružením subjektů domácího i zahraničního cestovního ruchu oprávněných k činnosti na území České republiky. Je samostatnou právnickou osobou s působností po celé České republice. ACK ČR byla založena jako první profesní sdružení cestovních kanceláří u nás v roce 1991. V současné době sdružuje 161 cestovních kanceláří a agentur a 17 přidružených členů z navazujících oborů dopravy, veletrhů a propagace, odborného školství, pojištění a zpracování dat.

Posláním ACK ČR je zastupování a ochrana hospodářských zájmů členů a podpora jejich informovanosti. Také podporuje dobré jméno a úroveň českého cestovního ruchu, zasazuje se proti nekalé konkurenci a poškozování klientů. Své členy prezentuje na veletrzích cestovního ruchu a zahraničních zastoupeních ČSA a Czech Tourism. (www.ackcr.cz)

3.3.6 Asociace českých cestovních kancelářích a agentur

Asociace českých cestovních kancelářích a agentur (AČCKA) je české profesní sdružení subjektů cestovního ruchu, které má v současné době 243 členů na území celé České republiky, z toho 151 cestovních kancelářích, 63 cestovních agentur a 28 přidružených členů (9 odborných středních a vysokých škol a univerzit, 10 národních centrál a infocenter, 2 pojišťovací ústavy a další komerční subjekty). Členské cestovní kanceláře představují téměř třetinový podíl na trhu cestovních kancelářích v České republice.

Cílem asociace je zastupování a ochrana hospodářských zájmů svých členů, podpora jejich informovanosti, rozvíjení jejich činnosti a profesní prestiže. (www.accka.cz)

K orgánům koordinace cestovního ruchu se dále řadí Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky, což je sdružení právnických a fyzických osob, které se sdružili na ochranu a prosazování svých hospodářských a sociálních zájmů v souladu s právními předpisy České republiky. Národní Federace hotelů a restaurací České republiky (NFHR ČR) představuje uskupení, které svými službami ovlivňuje kvalitu hotelových a gastronomických služeb. Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu HO.RE.KA ČR sdružuje právnické a fyzické osoby podnikající v oblasti stravování a v ubytovacích službách. Asociace průvodců České republiky a Sdružení průvodců České republiky.

4 CESTOVNÍ KANCELÁŘE A CESTOVNÍ AGENTURY

Činnost cestovních kancelářích se orientuje na určitý úsek poskytovaných, resp. obstarávaných služeb. Do roku 1989 působilo v cestovním ruchu na území Československa pouze 9 organizací zabývajících se touto činností (Čedok, Cestovní kancelář mládeže, Autoturist, Rekrea, Sport-Turist a Balnea na území České republiky a Tatratur, Slovakoturist a Slovakotherma na území Slovenské republiky).

Se změnami společenských a ekonomických podmínek po roce 1989 značně vzrostl zájem o podnikání v cestovním ruchu, což se projevilo vznikem velkého množství nových cestovních kancelářích. (HESKOVÁ, M. a kol., 2006)

4.1 Pokyny pro vznikající cestovní kancelář

1. Provozování cestovní kanceláře – dle zákona č. 159/1999 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů jde o živnost koncesovanou. Z toho vyplývá, že jako u ostatních koncesovaných živností je k vydání koncese třeba souhlasného stanoviska příslušného ústředního orgánu státní správy, v tomto případě Ministerstva pro místní rozvoj (MMR).

2. Podání žádosti o koncesi na živnostenský úřad – žadatel je povinen předložit místně příslušnému živnostenskému úřadu doklady, kterými prokáže, že splňuje všeobecné podmínky i zvláštní podmínky provozování živnosti stanovené zákonem a dále doklady, které jsou nezbytné pro vydání stanoviska MMR. Tyto doklady vymezuje § 5 odst. 2 cit. zákona. Žadatel o koncesi musí předložit smlouvu s pojišťovnou o pojištění v rozsahu stanoveném v § 6-8 zákona, podnikatelský záměr, datum předpokládaného data zahájení činnosti, prohlášení, zda v posledních 5 letech nebylo zrušeno živnostenské oprávnění k provozování cestovní kanceláře nebo cestovní agentury z důvodu porušení povinností uložených zákonem nebo z důvodu jejího úpadku, a to jak fyzické, tak právnické osobě, která je žadatelem, nebo fyzický osobě, jejímž statutárním orgánem byla osoba, která je žadatelem, nebo statutárním orgánem právnické osoby, která je žadatelem. Žadatel o koncesi je povinen činit právní úkony v souladu s § 8 a 9 zákona č. 370/2000 Sb. obchodní zákoník.

3. Prověření žádosti živnostenským úřadem – živnostenský úřad prověří podanou žádost o koncesi. Zjistí-li, že náležitosti žádosti o koncesi nejsou splněny, vyzve v souladu s § 51 živnostenského zákona podnikatele ve lhůtě 30 dnů od doručení žádosti k odstranění závad a stanoví přiměřenou lhůtu k jejich odstranění, nejméně však 15 dnů. Tato lhůta může být, pro závažné důvody, živnostenským úřadem na žádost podnikatele opakovaně prodloužena. Po dobu lhůty uvedené ve výzvě neběží lhůta pro vydání rozhodnutí o udělení koncese. V případě, že žadatel odstraní nedostatky ve stanovené nebo prodloužené lhůtě, zahájí živnostenský úřad projednání žádosti. Jestliže je nenapraví, úřad řízení zastaví.

4. Posouzení žádosti Ministerstvem pro místní rozvoj – pokud živnostenský úřad uzná, že žádost o udělení koncese je v pořádku, předloží ji dle § 52 živnostenského zákona Ministerstvu pro místní rozvoj, které je povinno zaujmout stanovisko do 30 dnů od doručení žádosti. MMR předložené doklady posoudí a uzná-li, že jsou v souladu s § 5 odst. 2 zákona č. 159/1999 Sb. vydá kladné stanovisko ve smyslu § 5 odst. 3 cit. zákona. Jestliže pojišťovací smlouva nesplňuje podmínky uvedené v § 6-8 cit. zákona či došlo ke skutečnostem uvedeným v § 5 odst. 4 písm. b cit. zákona (vstup subjektů na trh dříve než 5 let od zrušení

živnostenského oprávnění k provozování cestovní kanceláře nebo cestovní agentury), vydá MMR záporné stanovisko ve smyslu § 5 odst. 4 cit. zákona. Stanoviskem MMR je živnostenský úřad vázán. V případě záporného stanoviska, živnostenský úřad v souladu s § 53 odst. 2 živnostenského zákona žádost zamítne; v případě kladného stanoviska živnostenský úřad vydá kladné rozhodnutí. Kladné stanovisko však ještě neznamená automaticky kladné rozhodnutí o koncesi, neboť podnikatel musí splnit všeobecné podmínky i zvláštní podmínky pro provozování činnosti. Dle § 53 odst. 4 živnostenského zákona živnostenský úřad rozhodne o žádosti o koncesi do 60 dnů ode dne podání žádosti. Do 15 dnů od nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese pak živnostenský úřad ve smyslu § 54 živnostenského zákona vydá koncesní listinu. (www.mmr.cz)

4.2 Cestovní kancelář

Cestovní kancelář nabízí a prodává zájezdy. Nabízí, prodává a zprostředkovává prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu a organizuje, nabízí, prodává a zprostředkovává prodej kombinaci jednotlivých služeb cestovního ruchu. Jednotlivými službami cestovního ruchu se rozumí zejména zabezpečení dopravy, ubytování, stravování, průvodcovských služeb, prodej a rezervace letenek, prodej a rezervace železničních a autobusových jízdenek včetně místenek, prodej a rezervace lodních lístků včetně kajut, zprostředkovávání víz, nabídka a prodej balneologických služeb za účelem relaxace a rekondice (např. jízda na koni, půjčování kol a dalších sportovních potřeb, pobyt ve fitcentrech), zprostředkovávání a zajištění účasti na sportovních a společenských akcích a zprostředkovávání prodeje dalších služeb spojených s rekreací, odpočinkem a služebních, obchodním jednáním. V rámci této živnosti lze prodávat vše související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

K provozování cestovní kanceláře je třeba:

- a) vysokoškolské vzdělání + 1 rok praxe v oboru nebo
- b) vyšší odborné vzdělání + 3 roky praxe v oboru nebo
- c) úplně střední vzdělání nebo úplně střední odborné vzdělání + 6 let praxe v oboru nebo
- d) doklady podle § 19 odst. 1 písm. b zákona č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace (PÁSKOVÁ, M. a ZELENKA, J., 2002)

4.3 Cestovní agentura

Cestovní agentura nabízí, prodává a zprostředkovává prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu a organizování, nabízení, prodej a zprostředkovávání prodeje kombinací jednotlivých služeb cestovního ruchu, vyjma prodeje zájezdů. Jednotlivými službami cestovního ruchu se rozumí zejména zabezpečení dopravy, ubytování, stravování, průvodcovských služeb, prodeje a rezervace letenek, prodeje a rezervace lodních lístků včetně rezervace kajut, zprostředkovávání víz, nabídky a prodeje balneologických služeb za účelem relaxace a rekondice (např. jízda na koni, půjčování kol a dalších sportovních potřeb, pobyt ve fitcentrech), zprostředkovávání a zajištění účasti na sportovních a společenských akcích a zprostředkovávání prodeje dalších služeb spojených s rekreací, odpočinkem a služební, obchodním jednáním. V rámci této živnosti lze prodávat vše související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

K provozování cestovní agentury je třeba:

- a) vysokoškolské vzdělání + 1 rok praxe v oboru nebo
- b) úplné střední vzdělání nebo úplné střední odborné vzdělání + 3 roky praxe v oboru nebo
- c) doklady podle § 19 odst. 1 písm. b zákona č. 18/2004 Sb., o uznávání odborné kvalifikace (PÁSKOVÁ, M. a ZELENKA, J., 2002)

4.4 Kategorizace cestovních kanceláří

1. dělení z hlediska předmětu činnosti:

- a) organizátoři zájezdů – v praxi nazývání touroperátoři
- b) zprostředkovatelé – prodej a zprostředkování služeb cestovního ruchu a prodej produktů touroperátorům

2. dělení z hlediska zaměření nabízených zájezdů:

- a) všeobecné cestovní kanceláře – nabízejí služby v plném rozsahu
- b) specializované cestovní kanceláře – umožňují dosáhnout vyšší kvalitu tím, že se specializují na určitý druh a rozsah služeb, případně na určitou klientelu

3. dělení z územního hlediska:

- a) výjezdový cestovní ruch
- b) domácí cestovní ruch

- tyto dva typy zaměření cestovních kanceláří obsluhují domácí trh a poskytují služby domácím zákazníkům

c) příjezdový cestovní ruch – tvorba a prodej produktu do zahraničí

- nákup služeb v místě nebo regionu (průvodce, ubytování...) a následný prodej do zahraničí, kde odběratelem není konečný zákazník, ale většinou cestovní kancelář

4. dělení dle počtu obsloužených klientů, dle objemu tržeb či dle počtu zaměstnanců:

a) velké (více než 50 zaměstnanců)

b) střední (5 - 50 zaměstnanců)

c) malé (do 5 zaměstnanců)

5. dělení dle cílové skupiny – zabývající se:

a) obchodními cestami, kongresy atd. – tedy převážně službami cestovního ruchu pro firmy a společnosti

b) cestami na dovolenou, za poznáním, vzděláním, sportem atd. – tedy hlavně službami pro veřejnost

4.5 Zákony upravující cestovní ruch

1. Právní předpisy, které definují podnikání v České republice:

- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v novelizovaném znění
- Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v novelizovaném znění
- Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v novelizovaném znění

2. Právní předpisy, které se týkají pouze cestovního ruchu:

- Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu

5 CÍLE A ÚKOLY BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Hlavní cíl

Hlavním cílem bakalářské práce je průzkum zájmu o vznik nové cestovní kanceláře orientované na děti a mládež. Tento průzkum byl proveden pomocí ankety ve vybraných základních školách Libereckého kraje, přesněji ve 4. a 7. třídách.

Dílčí úkoly

1. cílený výběr souboru
2. sestavení ankety
3. předvýzkum
4. samotný výzkum
5. zpracování a vyhodnocení sebraných dat

6 VÝZKUM

6.1 Metodika výzkumu

1. Cílený výběr souboru

- a) základní soubor = základní školy v Libereckém kraji, přesněji řečeno tyto základní školy:

- ZŠ DOBIÁŠOVA, Dobiášova 851/5, 460 06, Liberec 6 – Rochlice
- ZŠ LIBEREC, Náměstí Míru 212/2, 460 14, Liberec 14 – Ruprechtice
- ZŠ T. G. MASARYKA, Komenského 1000, 512 51, Lomnice nad Popelkou

- b) výběrový soubor = 4. a 7. třídy těchto základních škol

2. Sestavení ankety

- doprovodný dopis + 10 otázek zjišťujících zájem o letní a zimní dětské tábory (jejich délku, cenu, umístění a organizaci, kterou by měly být pořádány)

3. Předvýzkum

- proveden na vzorku 10 osob (rodičů)

4. Samotný výzkum

- po malých úpravách finální podoba ankety, rozdána do 4. a 7. tříd základních škol Libereckého kraje

5. Zpracování a vyhodnocení sebraných dat

- po návratu vyplněných anket počítačové zpracování

Pro výzkum byly vybrány děti 4. a 7. tříd základních škol v Libereckém kraji. Čtvrtá třída byla zvolena jako zástupce prvního stupně základní školy a důvodem výběru bylo, že nejde již o ty nejmenší děti (například 1. a 2. třída), které mají s tábory jen pramalé

zkušenosti, či vůbec žádné a tudíž v těchto třídách by výzkum nebyl přínosný. A sedmá třída byla vybrána jako střed stupně druhého.

Když bylo rozhodnuto, že výzkum bude proveden v těchto třídách, zbývalo rozhodnutí, jak a podle čeho budou vybrány základní školy. Jako první měl být zvolen náhodný výběr souboru, ale nakonec bylo rozhodnuto pro výběr souboru cíleného. Důvodem byl nápad, že se budou porovnávat různé druhy základních škol v Libereckém kraji, a to základní škola se sportovním zaměřením, dále pak základní škola v centru Libereckého kraje a nakonec základní škola z okraje Libereckého kraje. Výběr těchto škol byl prováděn s cílem potvrdit či vyvrátit možné odlišnosti výsledků ankety.

Jako sportovní škola byla zvolena ZŠ Dobiášova, základní školou z centra Libereckého kraje je ZŠ Náměstí Míru a z okraje ZŠ T. G. Masaryka v Lomnici nad Popelkou.

První částí ankety je doprovodný dopis, který všem respondentům (rodičům) vysvětluje důvod sestavení a účel jejího použití a dále pak žádost o její vyplnění. Druhou částí je 10 velmi snadných otázek, kde většina z nich má již daný výběr odpovědí, samozřejmě s možností dopsat odpověď jinou, pokud předepsané nevyhovují. Zde stačí tedy pouze zaškrtnout. Zbytek otázek je na doplňování a jde především o otázky, které mají zjistit ceny táborů.

Než byly rozdány ankety do vybraných tříd základních škol, byl proveden ještě předvýzkum – na vzorku 10 osob (rodičů) a hlavním cílem bylo zjistit, zda jsou otázky v anketě srozumitelné nejen pro mě, ale i pro ostatní.

Po malé úpravě vytvořena finální podoba anket, ty následně předány třídním učitelům, kteří je rozdali dětem, aby je předali doma svým rodičům k vyplnění. Vyplněné ankety donesly děti zpět svým třídním učitelům a ti je pak předali přímo mně.

Po návratu vyplněných anket bylo provedeno počítačové zpracování a následné grafické vyhodnocení, které by mělo sloužit pro lepší přehlednost.

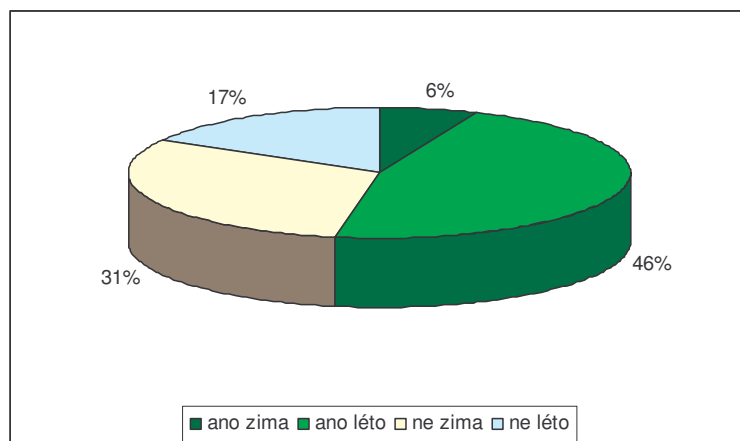
6.2 Výsledky výzkumu

6.2.1 Celkové vyhodnocení anket

Pro tento průzkum bylo vytvořeno 195 anket. Ty byly rozdány dětem vybraných základních škol, aby je předaly svým rodičům k vyplnění. Zpět jich bylo navraceno 128, tedy návratnost v procentuálním vyjádření činí 65,6 %.

Celkové vyhodnocení anket bylo pro lepší přehlednost zpracováno do grafů dle jednotlivých otázek:

1. Bylo Vaše dítě na zimním či letním táboře?

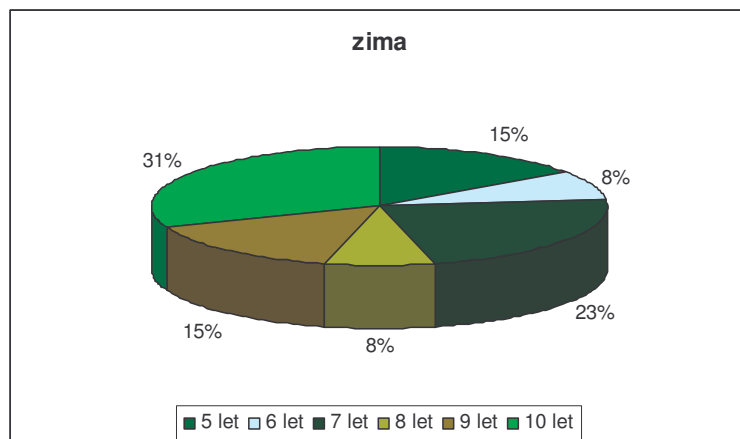


Graf č. 1

Z tohoto grafu vyplývá, že většina dětí jezdí jen na letní dětské tábory (téměř polovina) a jen malá část se účastní táborů zimních. Dětských táborů jako celku (zimních i letních) se dle průzkumu účastní nejvíce děti ze sportovní základní školy. Vysvětlení je jednoduché – tyto děti jsou zvyklé jezdit na různá sportovní soustředění a tudíž jim nečiní žádný problém být určitou dobu mimo domov (rodinu), s kolektivem svých vrstevníků.

2. V kolika letech poprvé?

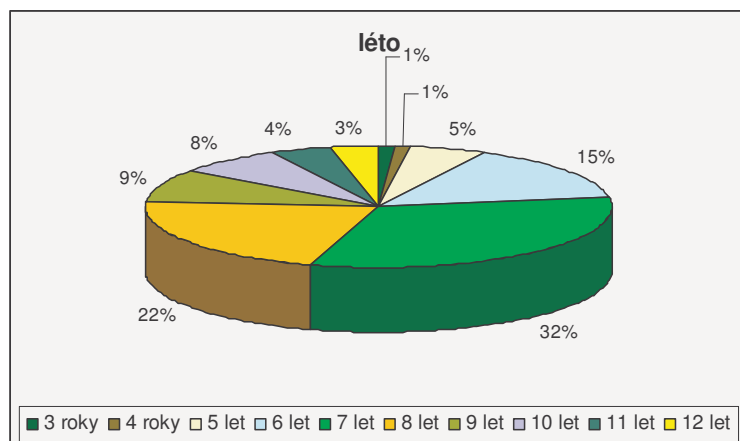
a) zima



Graf č. 2

Tento graf nám ukazuje rozložení věku, kdy byly děti prvně na zimním táboře. Podle průzkumu se děti příliš zimních táborů neúčastní a když už ano, tak nejdříve ve svých 5 letech (15 %) a největší část (přes 30 %) obsadil věk 10 let.

b) léto

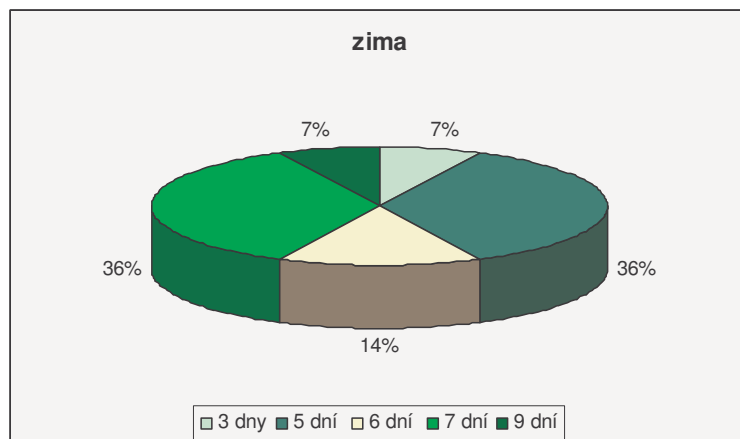


Graf č. 3

Z tohoto grafu je patrné, že prvních letních táborů se účastní děti ve věku od 3 do 12 let, většina však ve svých 7 letech (přes 30 %), bez ohledu na to, jestli jsou ze školy se sportovním zaměřením, či nikoliv.

3. Jak dlouhý byl tento pobyt?

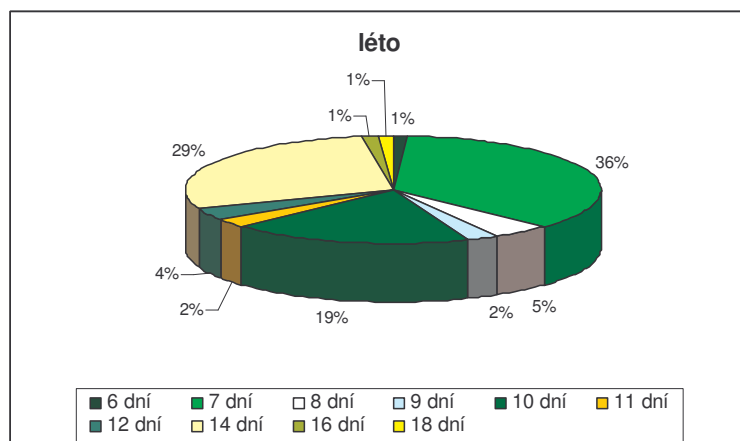
a) zima



Graf č. 4

Délka pobytu zimního tábora se pohybuje od 3 do 9 dní, vítězí však 3-5denní pobyty.

b) léto

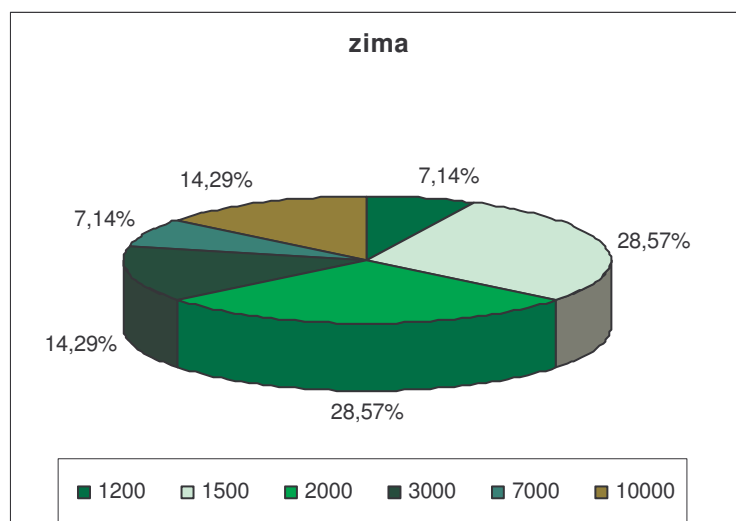


Graf č. 5

V délce letního tábora převažují 7denní pobyty, druhou nejvyšší četnost mají pobyty 14tidenní. Za zmínku stojí ještě pobyty 10tidenní, které ve výše uvedeném grafu zabírají necelých 20 %.

4. Jaká byla přibližná cena tohoto tábora?

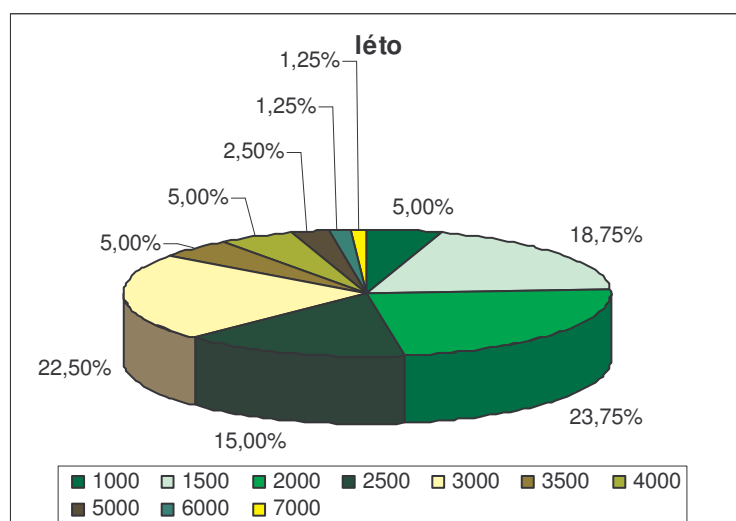
a) zima



Graf č. 6

Z tohoto grafu je patrné, že cenové relace, které jsou rodiče ochotni zaplatit za tábor svých dětí jsou velice rozmanité. Nejvyšší četnost vykazují částky 1 500 Kč a 2 000 Kč.

b) léto

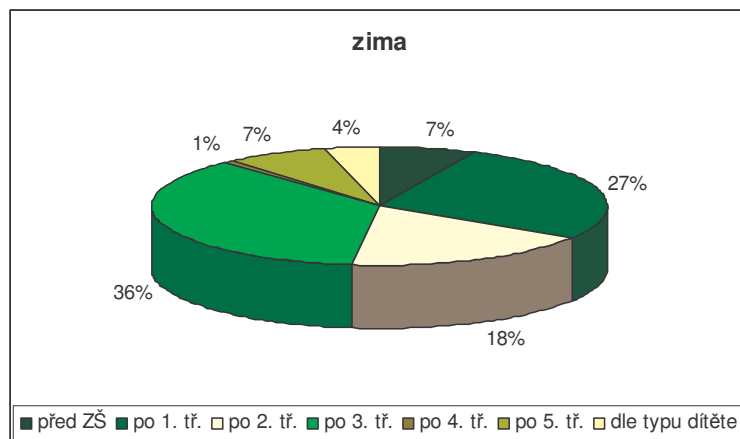


Graf č. 7

Tento graf znázorňuje ceny, které rodiče zaplatili za první letní tábor svých dětí. Největší část zde zabírá částka 2 000 Kč, dále pak 3 000 Kč. Zde bych ráda zmínila, že rodiče dětí ze sportovních tříd jsou dle průzkumu ochotni zaplatit více peněz. Vysvětlují si to zvyklostí platit vyšší částky za různé sportovní akce či soustředění.

5. Od kolika let Vám přijde vhodné poslat dítě na tábor?

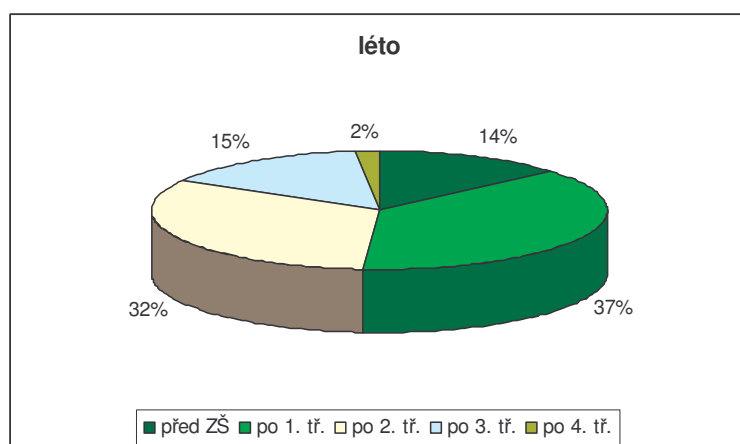
a) zima



Graf č. 8

Tento graf naznačuje, od kolika let by rodiče poslali své dítě prvně na zimní tábor. Největší část (36 %) zabírá položka s názvem po 3. třídě základní školy, kterou v těsném závěsu následuje položka po 1. třídě základní školy. I zde byly vidět rozdíly mezi zkoumanými základními školami. Děti ze sportovních tříd by rodiče poslali na zimní tábor ihned po absolvování 1. třídy, z ostatních základních škol je to po absolvování 3. třídy.

b) léto

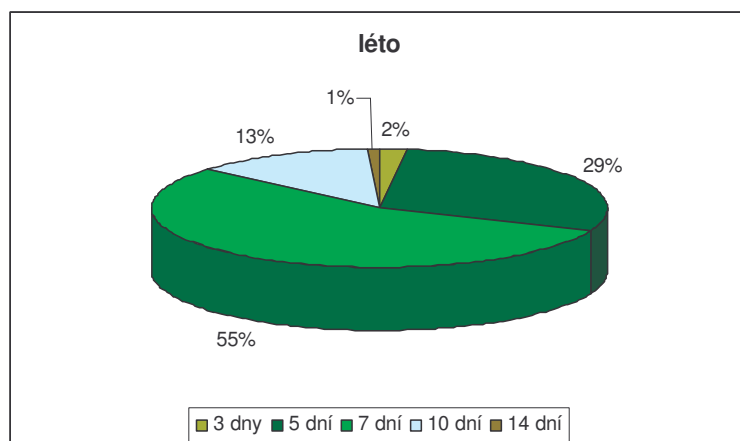


Graf č. 9

Na letní dětské tábory jsou rodiče ochotni poslat své dítě po 1. třídě (37 %), v těsném závěsu je pak 2. třída základní školy (32 %). Zde se názory rodičů všech zkoumaných základních škol vcelku nelišily.

6. Jak dlouhé tábory byste si pro své dítě představoval(a)?

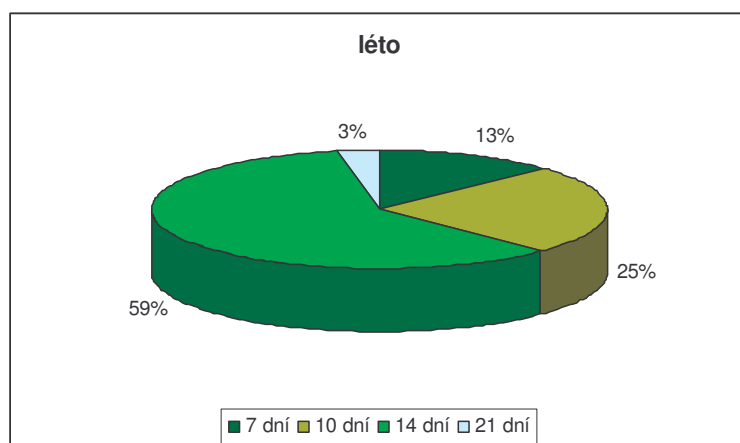
a) zima



Graf č. 10

Přes 50 % dotazovaných rodičů vidí jako ideální délku zimního dětského tábora 7 dní.

b) léto

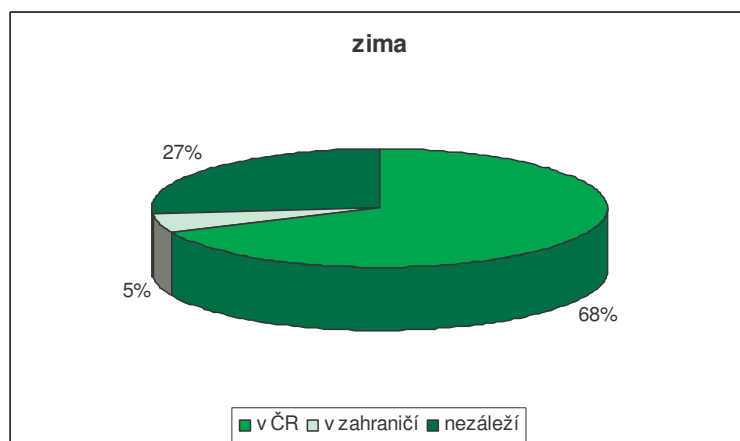


Graf č. 11

Téměř 60 % rodičů je pro tábor konaný na 14 dní, což je pro letní tábory obvyklá délka pořádání. Za zmínku stojí průzkum v základních školách bez sportovního zaměření – tam se délka pobytu pohybovala většinou kolem 10 dní, ale i méně. Tento rozdíl si vysvětlují tím, že tyto děti nejspíš nejsou zvyklé jezdit na příliš dlouhou dobu mimo domov bez dozoru rodičů.

7. Kde by se měl tábor konat?

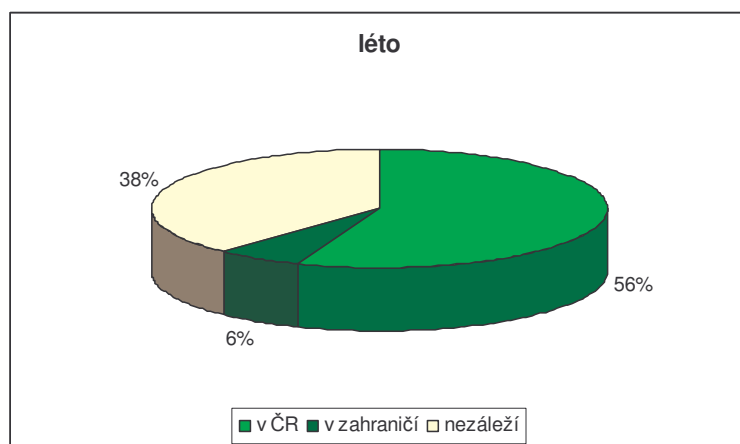
a) zima



Graf č. 12

Touto otázkou jsem chtěla zjistit místo konání tábora a valná většina rodičů se shodla na zimním dětském táboře v České republice (68 %).

b) léto

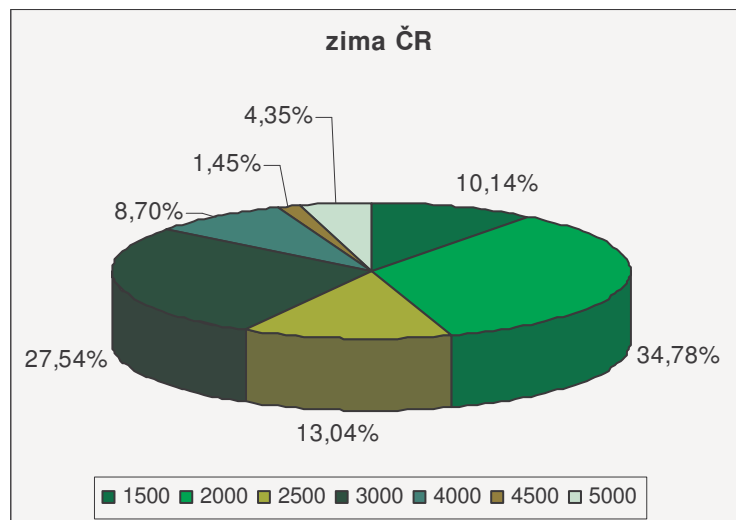


Graf č. 13

Ani tábory pořádané v létě nepřinesly žádnou výraznou změnu, na prvním místě (přes 50 %) je opět jako místo konání uvedená Česká republika.

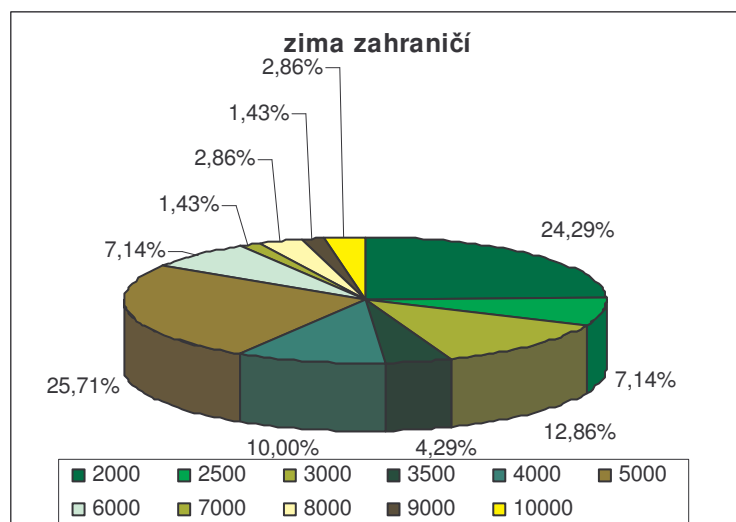
8. Jaká cena tábora by Vám vyhovovala?

a) zima



Graf č. 14

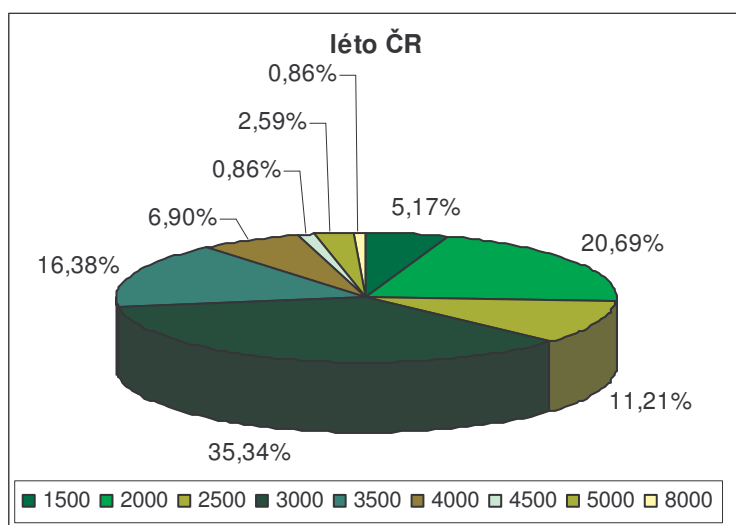
Cena zimních táborů konaných v České republice se pohybuje od 1 500 Kč do 5 000 Kč. Většina dotazovaných rodičů však uvedla jako ideální cenu 2 000 Kč a dále pak 3 000 Kč.



Graf č. 15

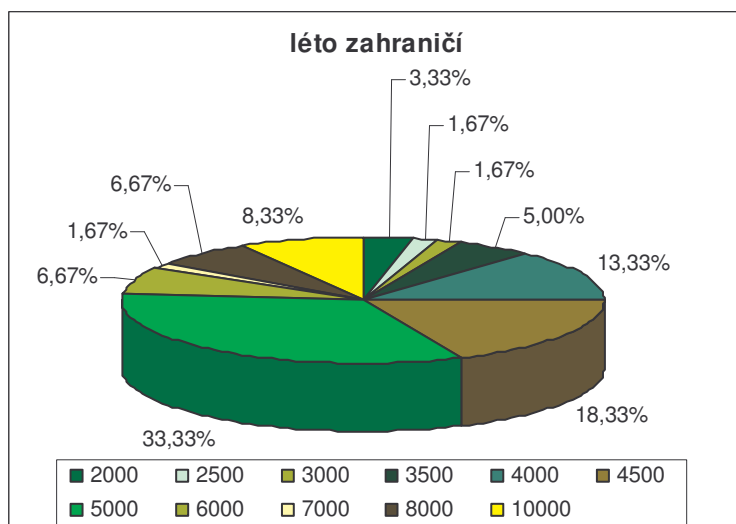
Zimní tábory konané v zahraničí jsou velmi pestré, co se ceny týče. Největší část zabírá hodnota 5 000 Kč, nejmenší pak 7 000 Kč a 9 000 Kč.

b) léto



Graf č. 16

Letní tábory pořádané v České republice jsou asi nejrozšířenějším typem dětských táborů. Největší četnost ve výše uvedeném grafu zabírá hodnota 3 000 Kč. Tuto cenu si jako ideální představuje přes 35 % dotazovaných rodičů.

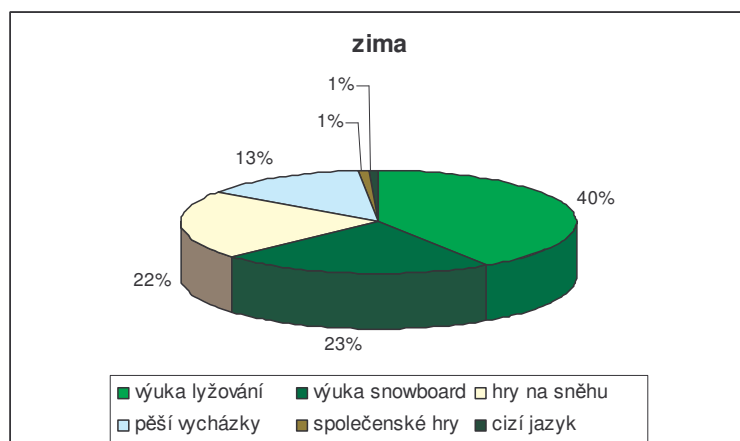


Graf č. 17

V létě by své děti poslali rodiče na tábor do zahraničí většinou za částku 5 000 Kč.

9. Jaký byste zvolil(a) program tábora?

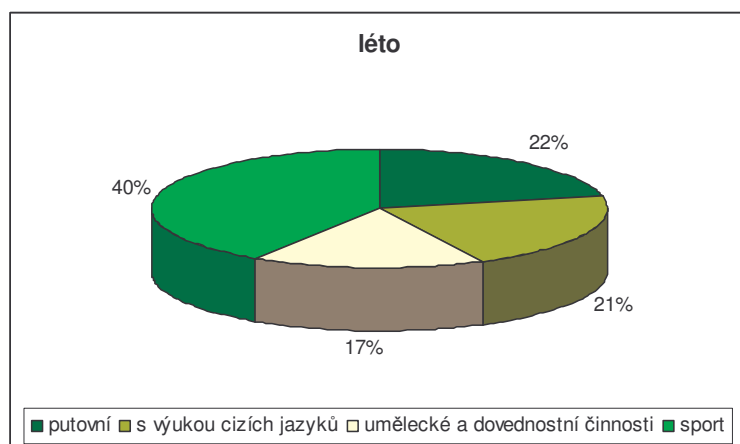
a) zima



Graf č. 18

Logickým programem zimního tábora je výuka lyžování (40 %), dále pak výuka snowboardingu a hry na sněhu.

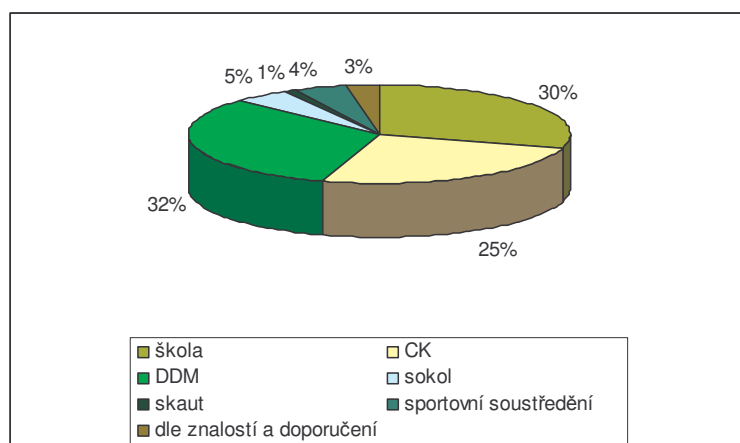
b) léto



Graf č. 19

Z tohoto grafu vyplývá, že většina dětí by svůj letní tábor zaměřila na sport (40 %), ale ve všech školách tomu tak nebylo. V základních školách bez sportovního zaměření totiž zvítězily tábory putovní, s výukou cizích jazyků, dále pak s uměleckými a dovednostními činnostmi a až poslední místo zaujímalo sportovní zaměření.

10. Jakou organizaci pro pořádání táborů upřednostníte?



Graf č. 20

Z tohoto grafu je patrné, že většinu zabírá výseč s názvem DDM (Dům dětí a mládeže), v těsném závěsu pak škola. Cestovní kancelář (CK) je až na třetím místě s 25 %.

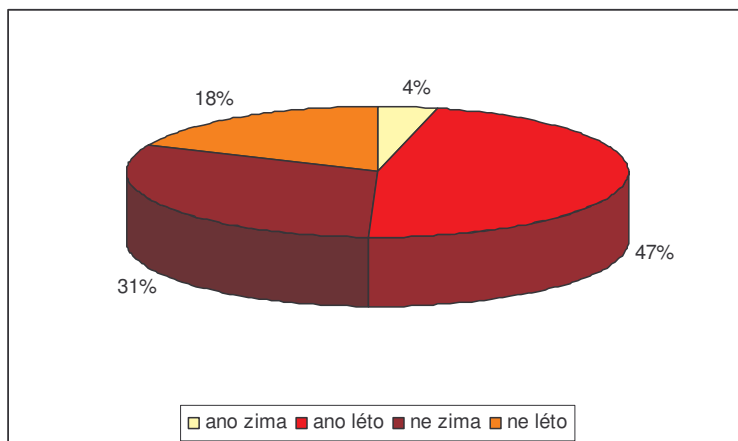
6.2.2 Vyhodnocení ankety 4. tříd základních škol v Libereckém kraji

V této části vyhodnocení bylo zpracováno 66 anket z původně 95 rozdaných, což představuje návratnost 69,5 %. Z toho ze ZŠ Dobiášova bylo navraceno 22 z 25 anket (88 %), ze ZŠ Náměstí Míru 14 z 20 (70 %) a ze ZŠ T. G. Masaryka 32 z 50 (64 %).

Vyhodnocení ankety bylo zpracováno graficky:

Věk dětí ve 4. třídách testovaných základních škol je 21 devítiletých, 41 desetiletých a 4 jedenáctileté.

1. Bylo Vaše dítě na zimním či letním táboře?

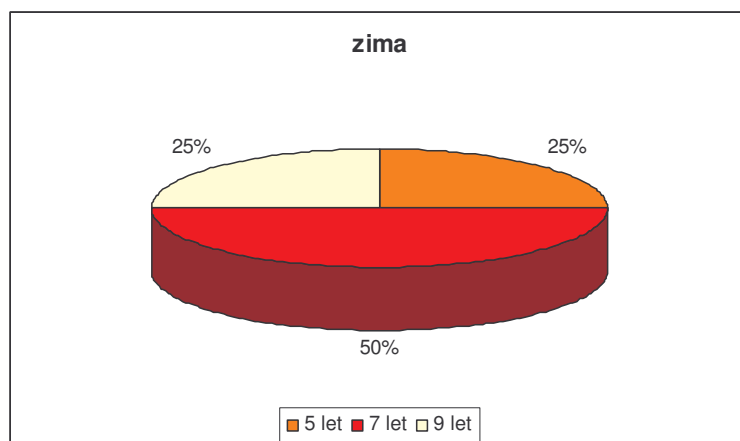


Graf č. 21

Z tohoto grafu vyplývá, že většina rodičů posílá své děti pouze na letní dětské tábory, na zimní jen minimálně (pouze 4 %).

2. V kolika letech poprvé?

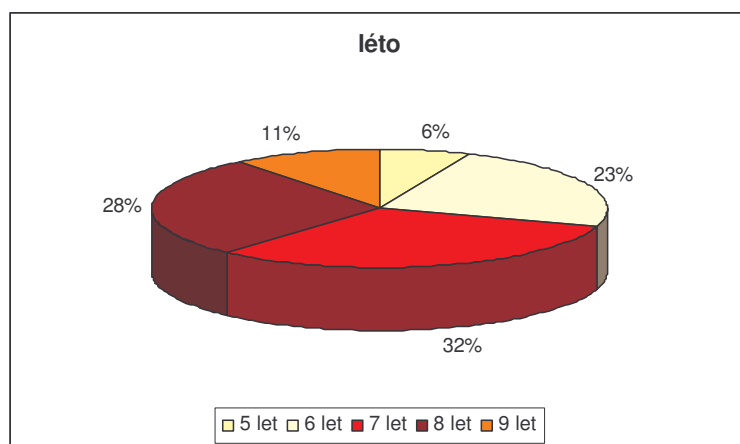
a) zima



Graf č. 22

Tento graf naznačuje, že 50 % dětí, které rodiče pošlou na zimní tábor, jezdí po dosažení věku 7 let.

b) léto

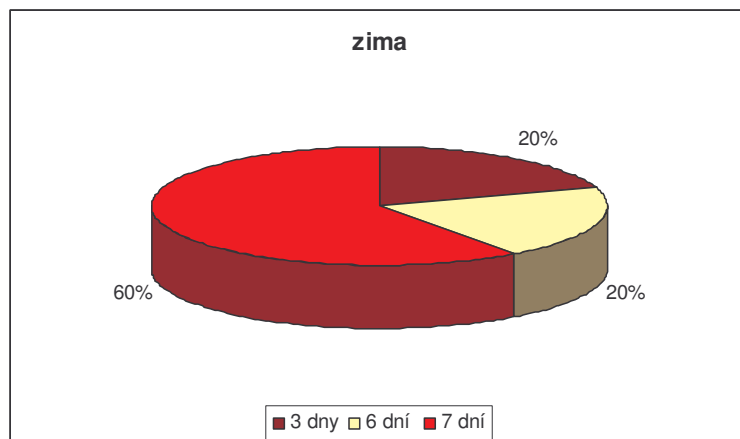


Graf č. 23

I letní tábor většinou absolvují děti až po dosažení věku 7 let (32 %).

3. Jak dlouhý byl tento pobyt?

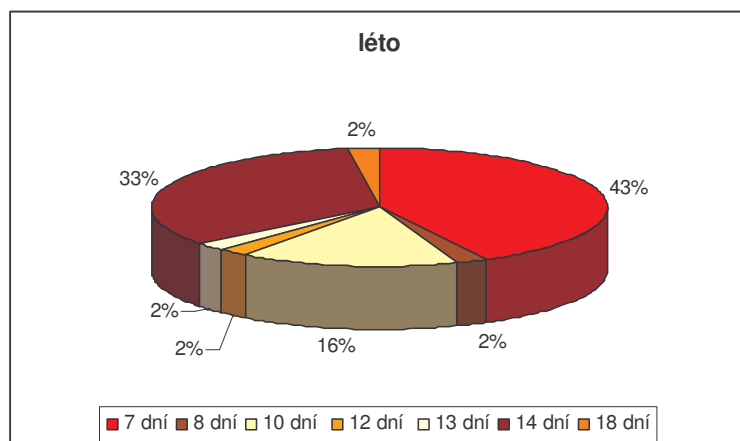
a) zima



Graf č. 24

Délka pobytu u zimních táborů se ve většině případů (60 %) pohybuje okolo 7 dnů.

b) léto

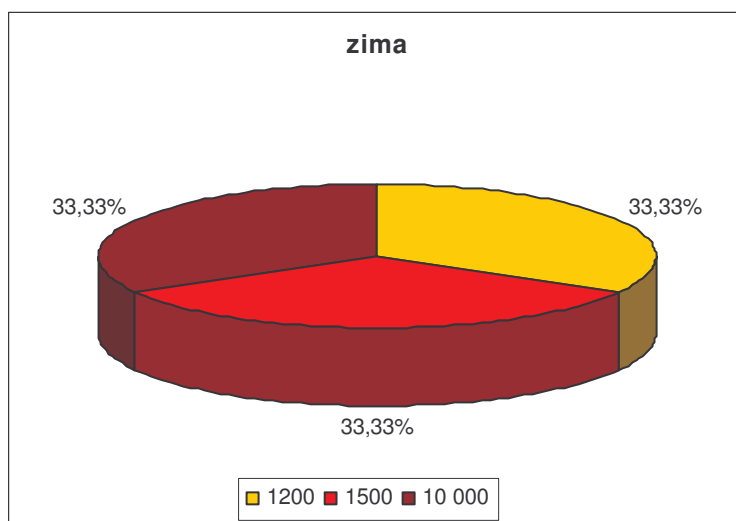


Graf č. 25

U letních táborů vítězí také délka 7 dnů (43 %), hned v závěsu pak 14 dní (33 %), což je obvyklá délka táborů.

4. Jaká byla přibližná cena tohoto tábora?

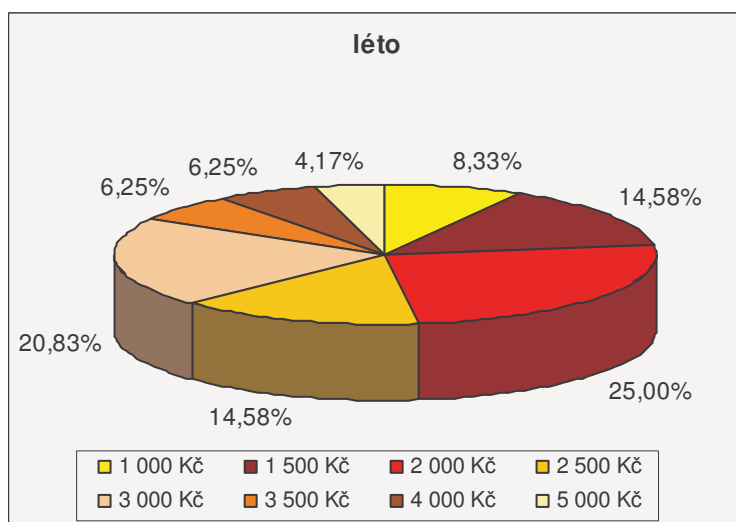
a) zima



Graf č. 26

Z tohoto grafu je patrné, že cenové relace zaplacené za tábor jsou velice rozmanité.

b) léto

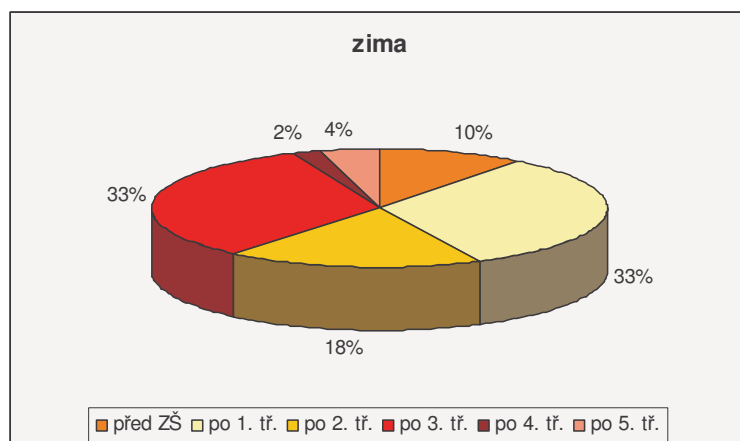


Graf č. 27

V tomto grafu vykazuje největší četnost (25 %) cenová položka 2 000 Kč, dále pak 3 000 Kč (necelých 21 %) a za zmínku stojí i částky 1 500 Kč a 2 500 Kč (téměř 15 %).

5. Od kolika let Vám přijde vhodné poslat dítě na tábor?

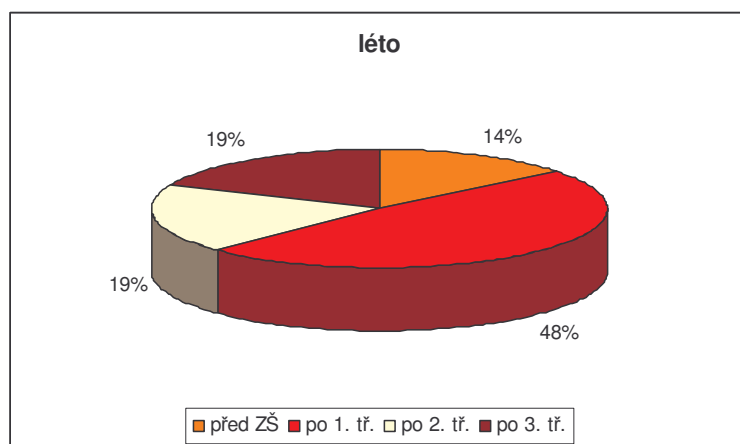
a) zima



Graf č. 28

Většina rodičů by své dítě poslala na zimní tábor nejdříve po absolvování 1. třídy (33 %), stejné procento obsadila i položka po 3. třídě základní školy.

b) léto

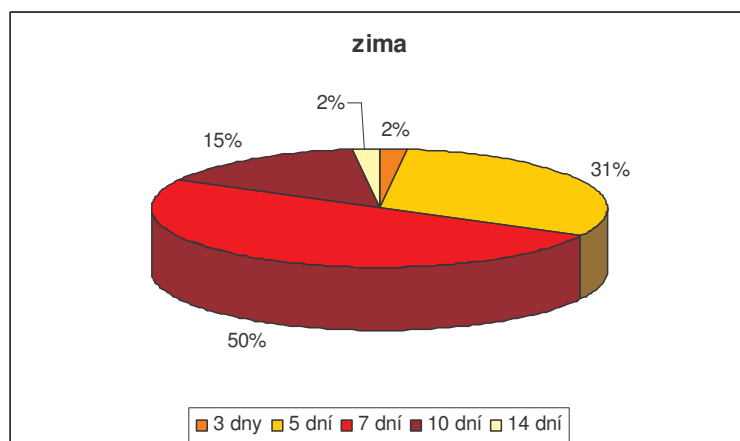


Graf č. 29

U letních táborů převažuje také odpověď po 1. třídě základní školy (48 %), ve 14 % případů by rodiče poslali své dítě na letní dětský tábor už před nástupem na základní školu.

6. Jak dlouhé tábory byste si pro své dítě představoval(a)?

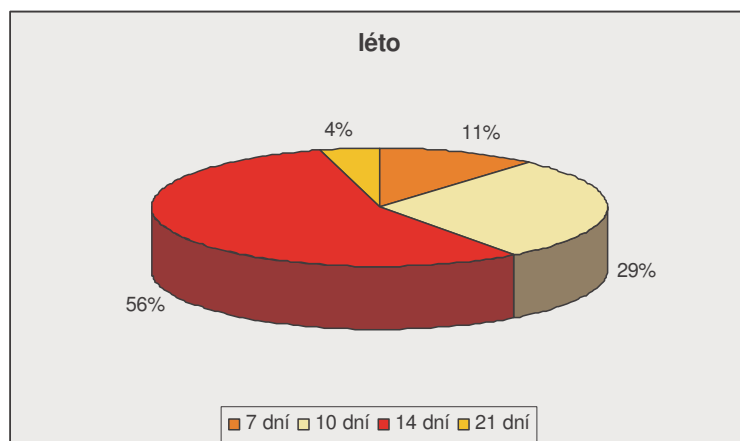
a) zima



Graf č. 30

Ideální délku zimního tábora představuje pro rodiče 7 dní (50 % dotazovaných).

b) léto

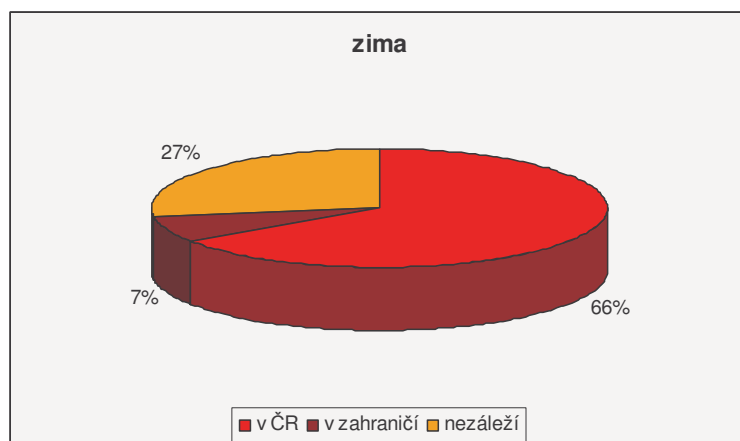


Graf č. 31

Přes 55 % dotazovaných rodičů je pro délku letního tábora 14 dní, což je obvyklá délka táborů pořádaných v době letních prázdnin.

7. Kde by se měl tábor konat?

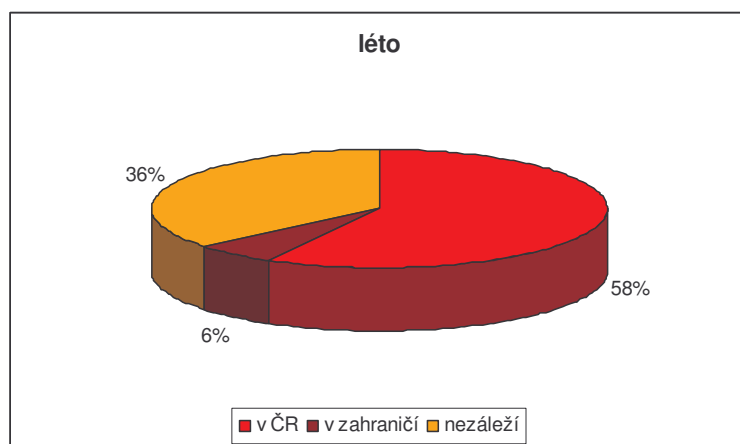
a) zima



Graf č. 32

Většina rodičů je pro tábor konaný v České republice 66 %, pouze 7 % dotazovaných rodičů by své dítě poslala na zimní tábor do zahraničí.

b) léto

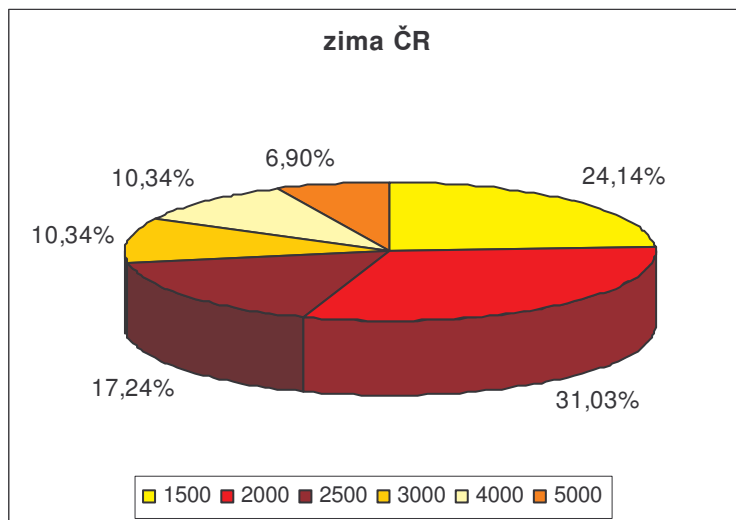


Graf č. 33

I letní tábory by se dle dotazovaných rodičů měly konat převážně v České republice.

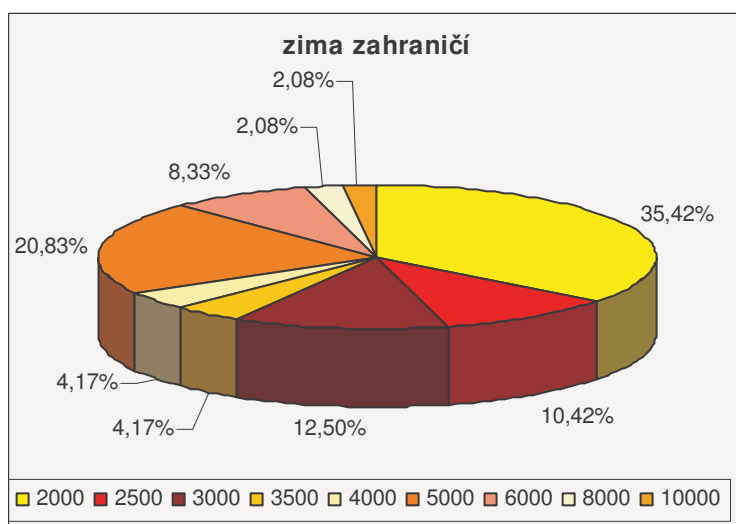
8. Jaká cena tábora by Vám vyhovovala?

a) zima



Graf č. 34

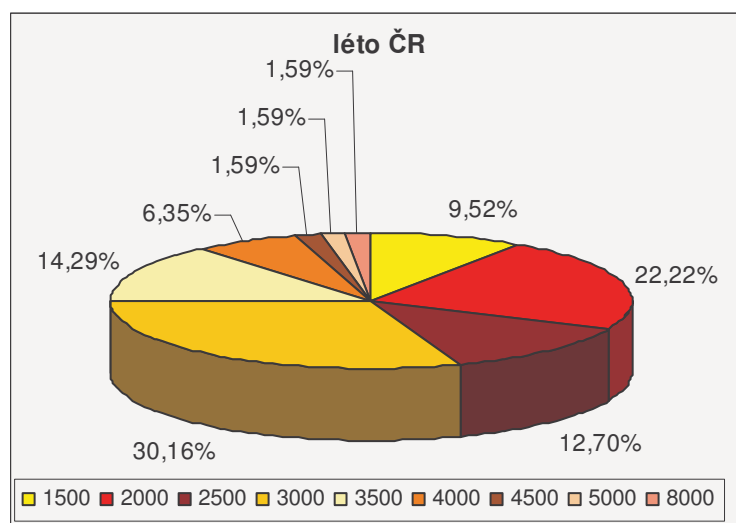
Rozmezí ceny zimního tábora konaného v České republice by se mělo pohybovat od 1 500 Kč do 5 000 Kč, ideálem je však cena 2 000 Kč (31 %).



Graf č. 35

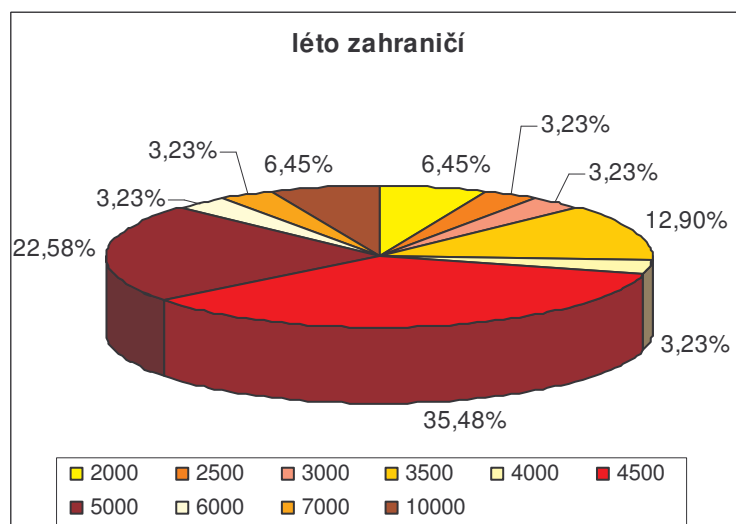
Cena zahraničního zimního tábora by se opět měla pohybovat kolem 2 000 Kč (přes 35 % dotazovaných).

b) léto



Graf č. 36

Cena letního tábora konaného v České republice se pohybuje od 1 500 Kč (necelých 10 %). Největší četnost odpovědí představuje cena 3 000 Kč (přes 30 %) a strop v této otázce představuje hodnota 8 000 Kč (necelé 2 %).

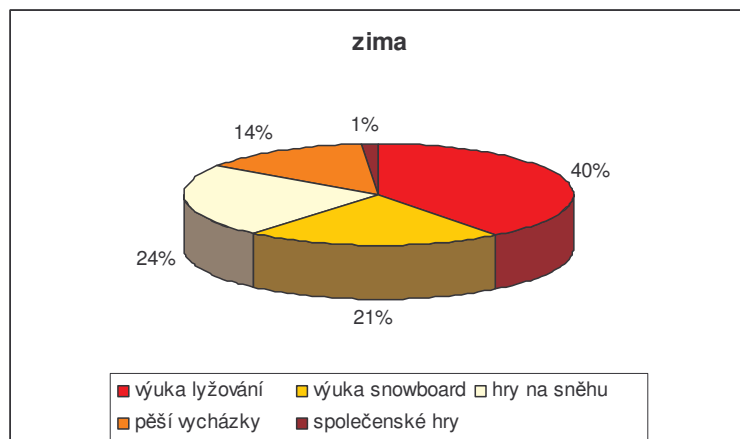


Graf č. 37

Na letní tábor do zahraničí by rodiče poslali své dítě ve většině případů za 4 500 Kč (téměř 36 %). Nejnižší zmíněnou částkou je položka 2 000 Kč (necelých 7 %) a nejvíce by rodiče zaplatili částku 10 000 Kč (opět necelých 7 %).

9. Jaký byste zvolil(a) program tábora?

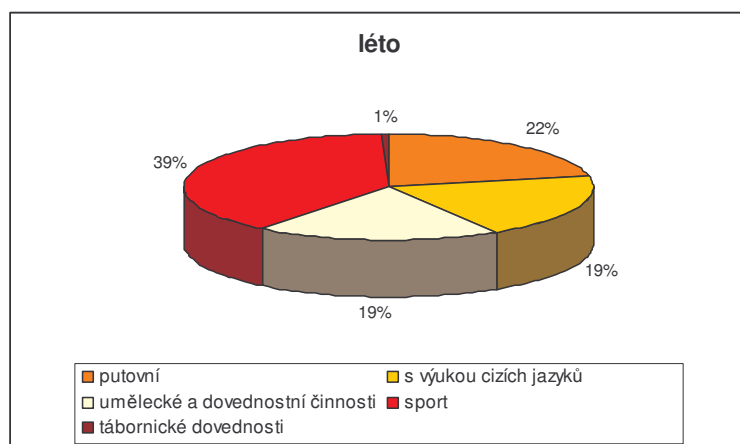
a) zima



Graf č. 38

Co se týče programu zimního tábora, vítězí samozřejmě výuka lyžování (40 %), dále pak hry na sněhu (24 %) a výuka snowboardingu (21 %).

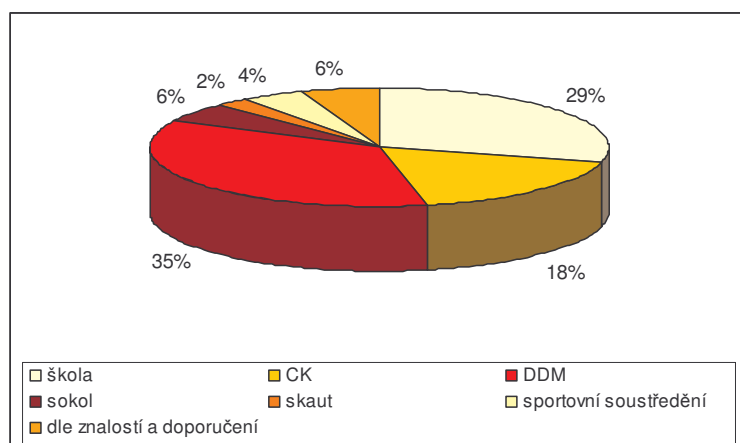
b) léto



Graf č. 39

Programem letního tábora by měl být dle 40 % dotazovaných rodičů sport. Nejmenší zájem by vzbudily tábory s uměleckými a dovednostními činnostmi a dále pak s výukou cizích jazyků (po 19 %).

10. Jakou organizaci pro pořádání táborů upřednostníte?



Graf č. 40

Většinu (35 %) zabírá výšeč Domu dětí a mládeže, dále pak škola (29 %) a na třetím místě je pak cestovní kancelář (18 %).

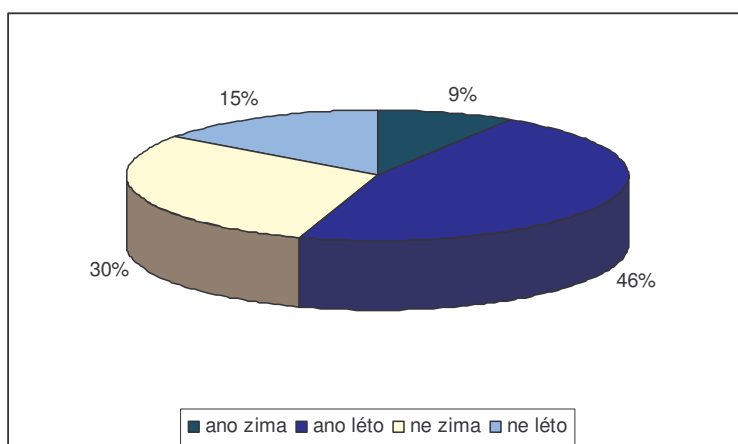
6.2.3 Vyhodnocení ankety 7. tříd základních škol v Libereckém kraji

V této části vyhodnocení bylo zpracováno 60 anket z původně 100 rozdaných, což je návratnost 55,6 %. Z toho ze ZŠ Dobiášova bylo navraceno 22 z 30 anket (73 %), ze ZŠ Náměstí Míru 6 z 20 (30 %) a ze ZŠ T. G. Masaryka 32 z 50 (64 %).

Celkové vyhodnocení ankety bylo pro lepší přehlednost zpracováno do grafů dle jednotlivých otázek:

Věk dětí v 7. třídách testovaných základních škol je jedno jedenáctileté, 17 dvanáctiletých, 38 třináctiletých a 4 čtrnáctileté.

1. Bylo Vaše dítě na zimním či letním táboře?

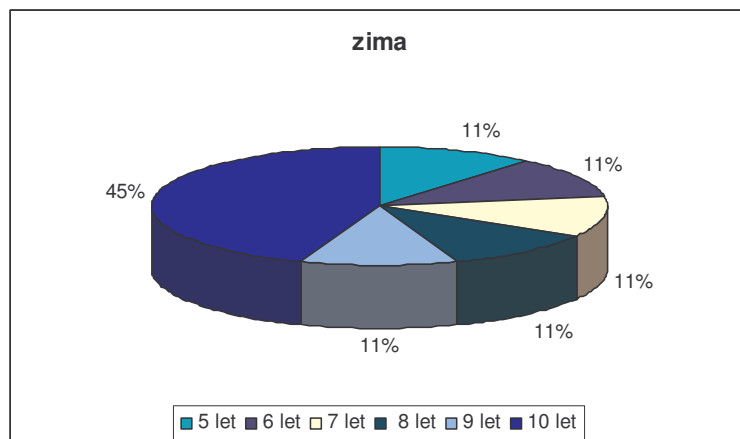


Graf č. 41

Téměř polovina (46 %) dětí jezdí na letní dětské tábory a pouze 9 % dětí na zimní.

2. V kolika letech poprvé?

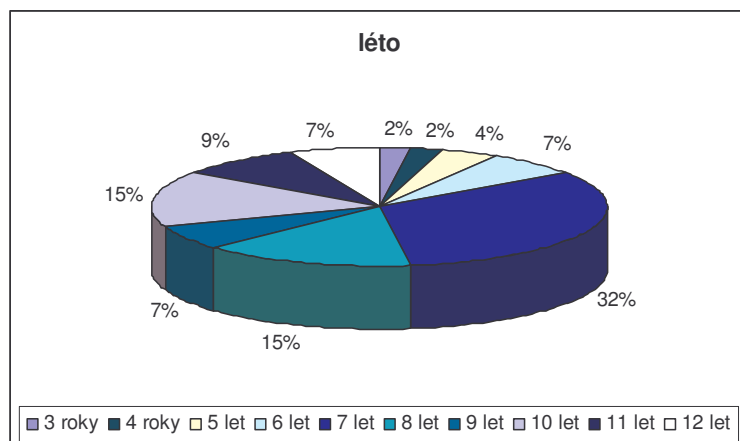
a) zima



Graf č. 42

Z tohoto grafu vyplývá, že většina dětí jede na svůj první zimní tábor nejdříve v 5 letech (11 %), avšak většina až v 10 letech (45 %).

b) léto

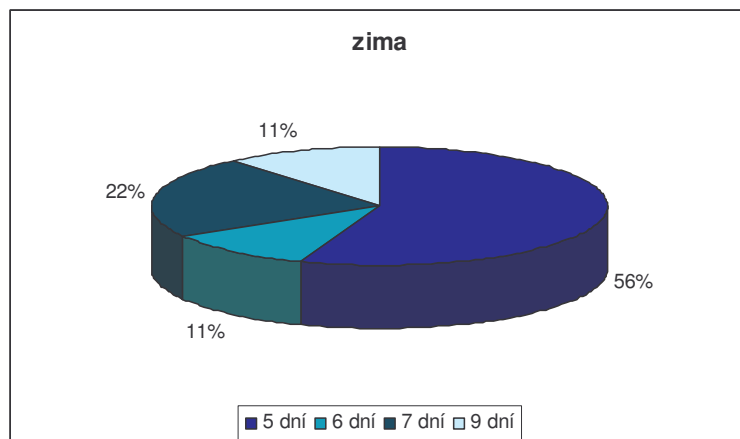


Graf č. 43

Na letní tábory jezdí děti standardně od 6 (15 %) až 7 let (32 %). Zde se objevuje i věk nižší, což zřejmě představuje tábor v podobě školky v přírodě.

3. Jak dlouhý byl tento pobyt?

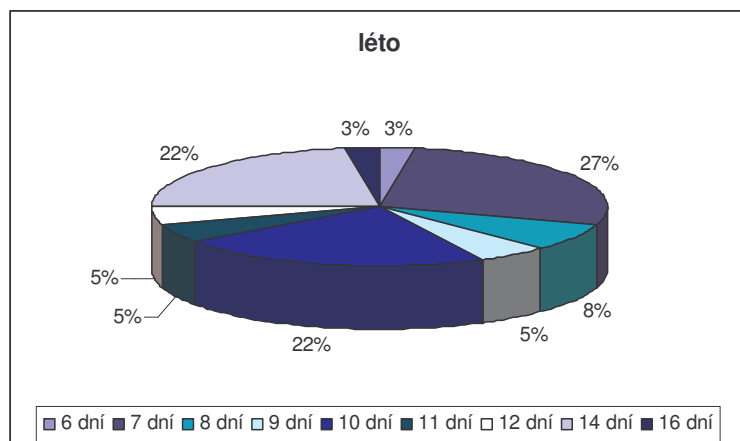
a) zima



Graf č. 44

Délka pobytu dětí na zimním táboře se pohybuje od 5 do 9 dní, kdy právě oněch 5 dní jasně vítězí (56 %).

b) léto

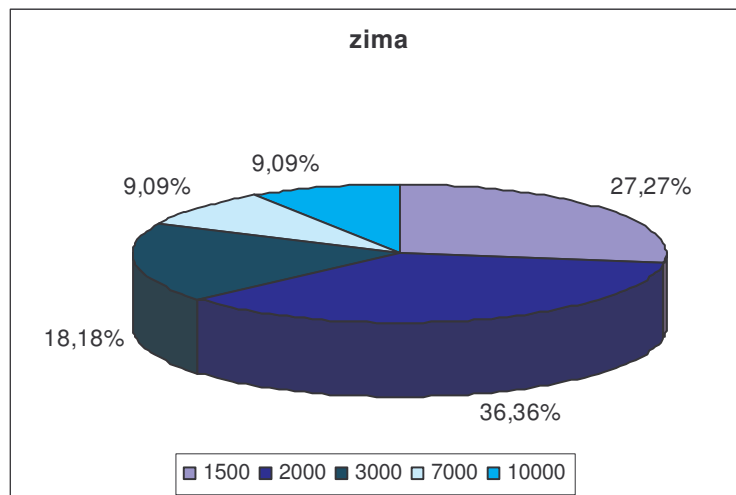


Graf č. 45

Délka letního tábora je velice rozmanitá – od 6 do 16 dní. Převažují 7denní pobyty (27 %), dále pak 10denní (22 %) a 14denní pobyty (také 22 %).

4. Jaká byla přibližná cena tohoto tábora?

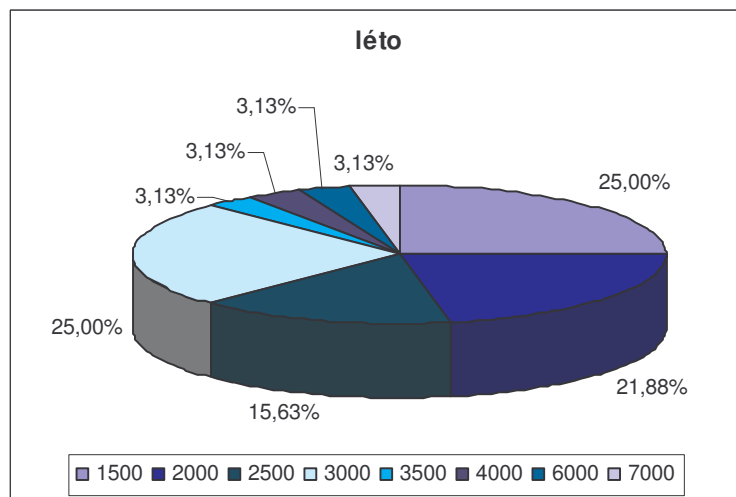
a) zima



Graf č. 46

Ceny jsou zde také velice rozmanité. Pohybují se od 1 500 do 10 000 Kč, což je opravdu veliký rozdíl. Největší díl však představuje nižší cenová položka, a to 2 000 Kč (přes 35 %).

b) léto

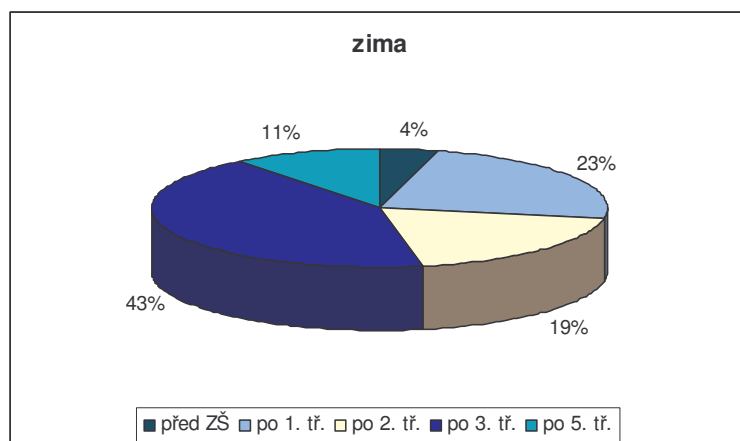


Graf č. 47

I ceny letních táborů jsou velmi rozmanité – od 1 500 Kč do 7 000 Kč. Největší četnost zaujímají také nižší částky – 1 500 Kč (25 %) a 3 000 (25 %).

5. Od kolika let Vám přijde vhodné poslat dítě na tábor?

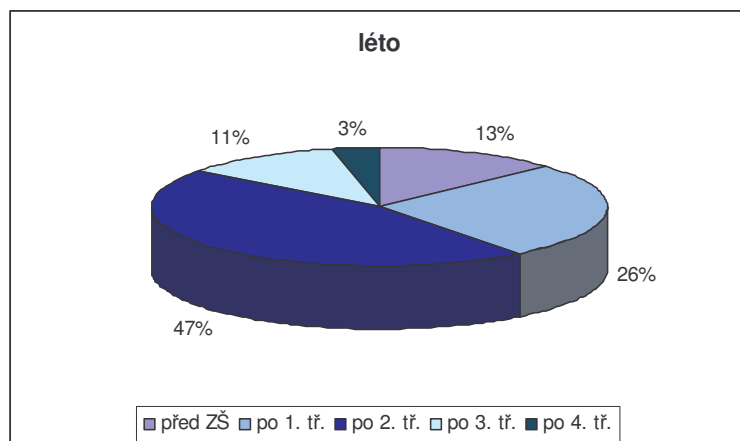
a) zima



Graf č. 48

43 % dotazovaných rodičů v 7. třídách by své dítě poslalo na první zimní tábor po absolvování 3. třídy základní školy. Pouze 4 % rodičů by poslalo své dítě na tábor ještě před nástupem na základní školu.

b) léto

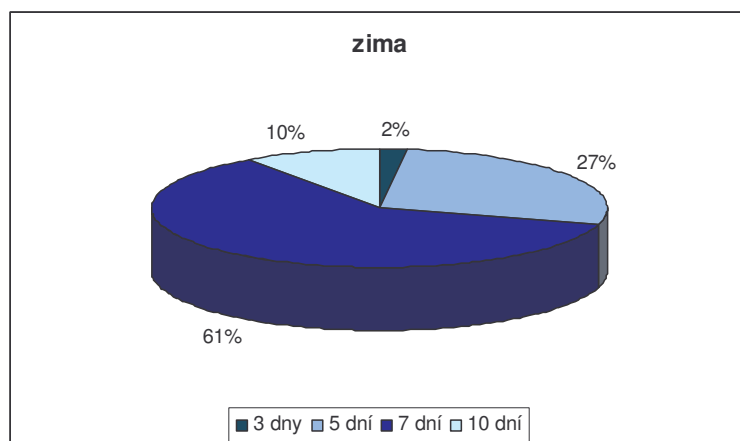


Graf č. 49

Na letní tábor by většina rodičů poslala své dítě po 2. třídě základní školy (47 %). 26 % po 1. třídě, 13 % před nástupem na základní školu, 11 % po absolvování 3. třídy a 3 % po 4. třídě základní školy.

6. Jak dlouhé tábory byste si pro své dítě představoval(a)?

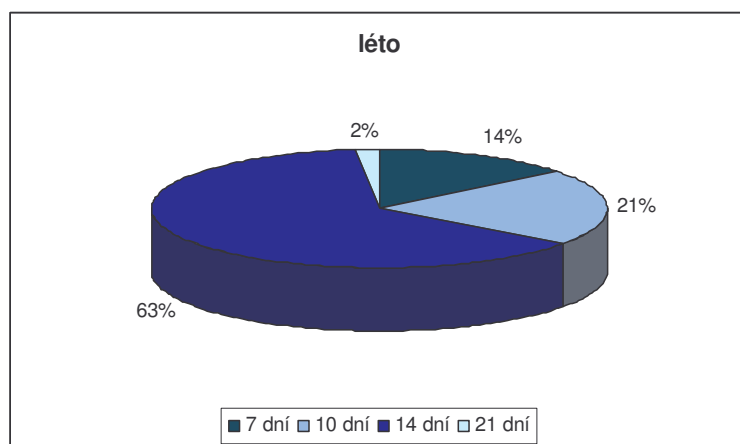
a) zima



Graf č. 50

Nadpoloviční většina rodičů (61 %) by jako ideální délku zimního tábora viděla 7 dní.

b) léto

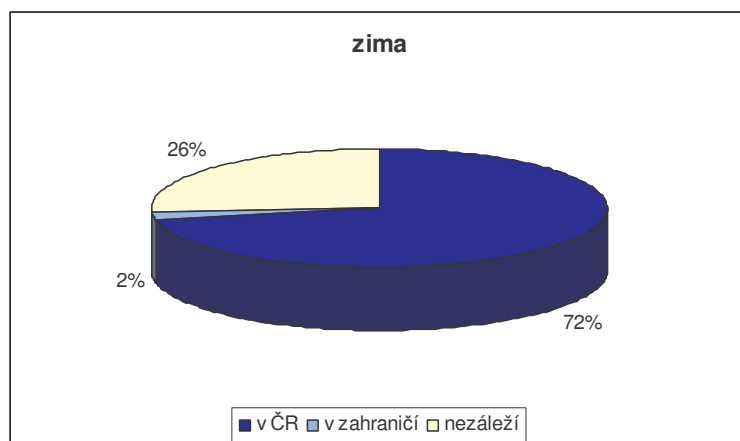


Graf č. 51

Zde se potvrzuje, že ideální délkou pro letní dětské tábory jsou pobyty na 14 dní.

7. Kde by se měl tábor konat?

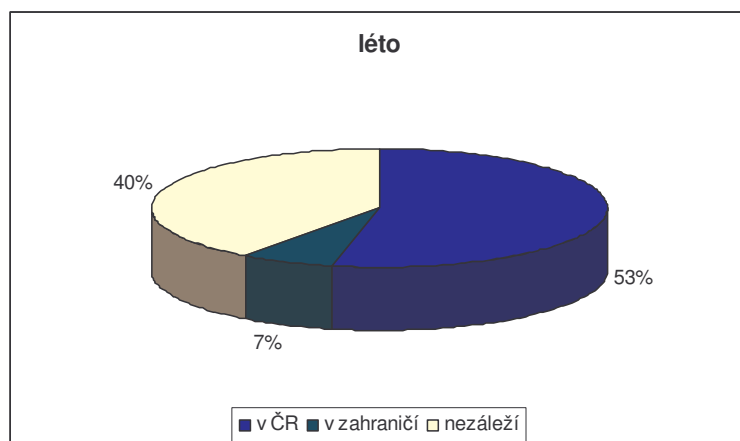
a) zima



Graf č. 52

Pouze 2 % rodičů by své dítě poslala na tábor do zahraničí, 72 % je pro konání tábora v České republice.

b) léto

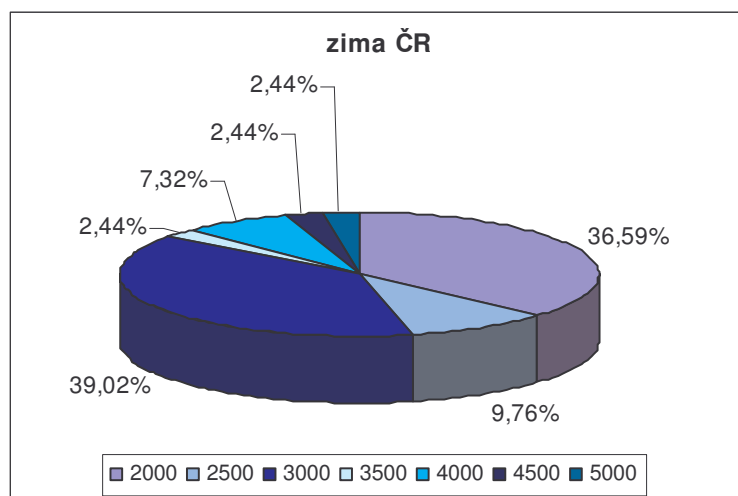


Graf č. 53

V létě se situace nijak významně nemění. Opět převažuje konání tábora v České republice (53 %).

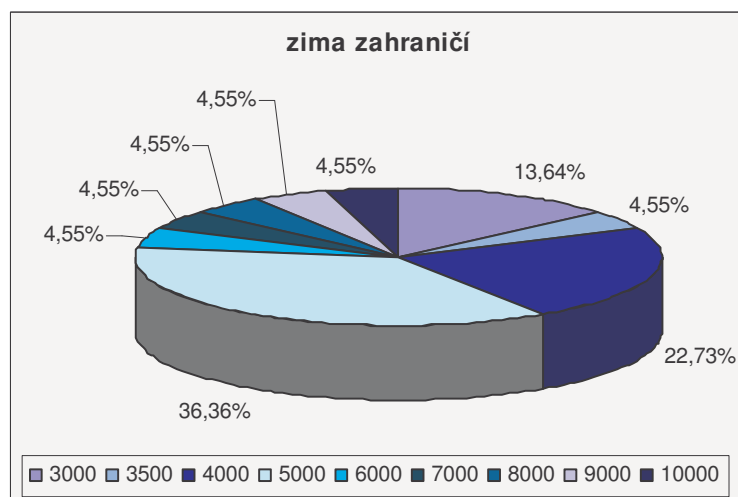
8. Jaká cena tábora by Vám vyhovovala?

a) zima



Graf č. 54

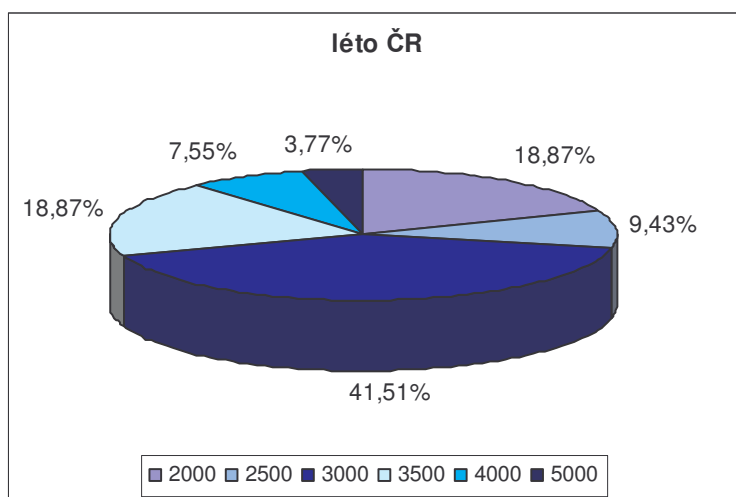
Největší zastoupení zde má hodnota 3 000 Kč (necelých 40 %) a dále pak hodnota 2 000 Kč (přes 36 %).



Graf č. 55

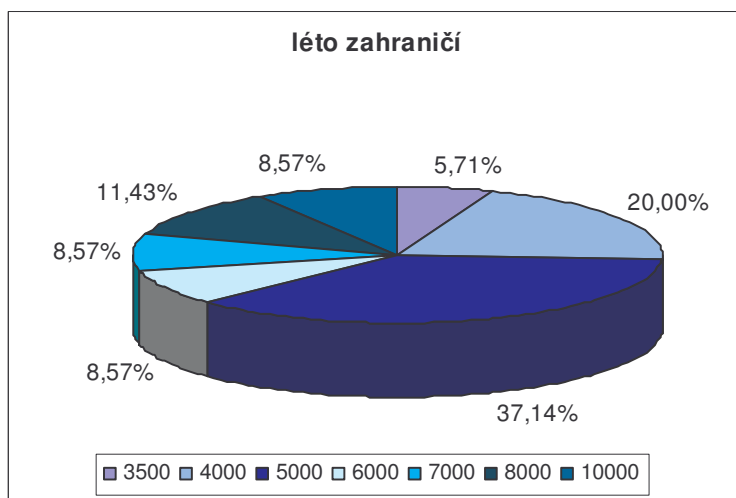
Cena zahraničního zimního tábora se dle rodičů pohybuje od 3 000 do 10 000 Kč. Největší podíl zastupuje částka 5 000 Kč (téměř 40 %), což je takový střed.

b) léto



Graf č. 56

U letních domácích táborů převažuje cena 3 000 Kč (přes 41 %).

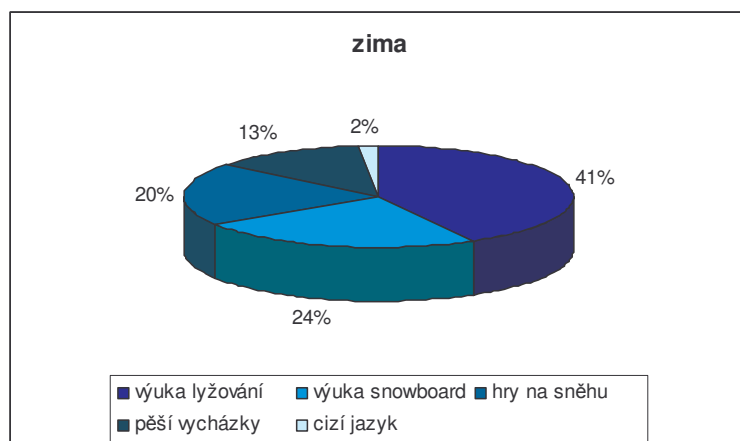


Graf č. 57

Zahraniční tábory pořádané v létě by se ve většině případů měly konat za částku 5 000 Kč (přes 37 % dotazovaných).

9. Jaký byste zvolil(a) program tábora?

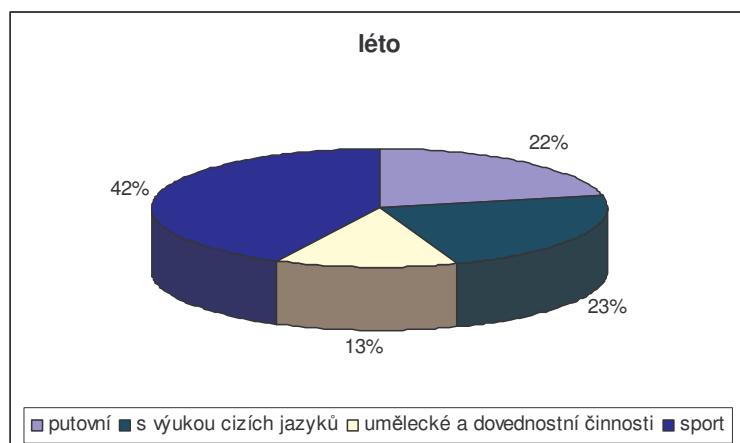
a) zima



Graf č. 58

I zde převažuje výuka lyžování (41 %), dále pak výuka na snowboardu (24 %) a na třetím místě jsou hry na sněhu (20 %).

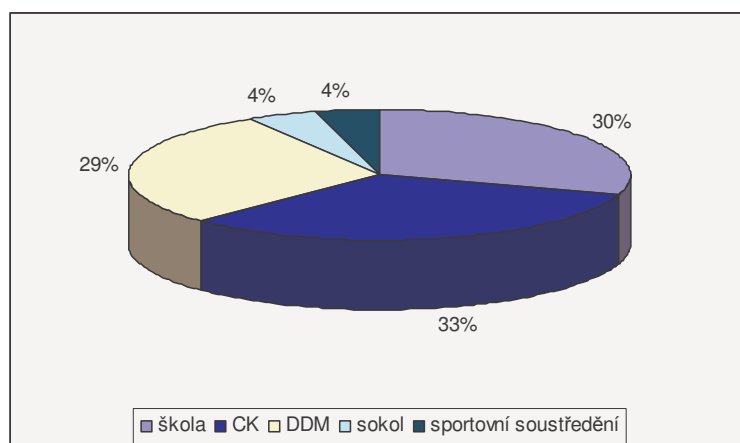
b) léto



Graf č. 59

Téměř polovinu (42 %) zde zastupuje zaměření letního tábora na sport, dále pak výuka cizích jazyků (23 %), putovní tábor (22 %) a poslední místo obsadily umělecké a dovednostní činnosti (13 %).

10. Jakou organizaci pro pořádání táborů upřednostníte?



Graf č. 60

Rodiče dětí ze 7. tříd by pro pořádání táborů upřednostnili cestovní kancelář (33 %), dále pak školu (30 %) a za zmínku stojí i Dům dětí a mládeže (29 %).

7 ZÁVĚR

Cílem této práce byl průzkum zájmu o cestovní kancelář, která by nabízela letní a zimní tábory pro děti a mládež. Jelikož v Libereckém kraji žádná takováto organizace není, předpokládala jsem, že její vznik by byl jediné přínosem. Zájem o produkty této cestovní kanceláře jsem předpokládala jednak ze strany samotných rodičů, na který byl průzkum zaměřen, ale i ze strany škol a různých zájmových organizací. A to se i potvrdilo. Ve vyhodnocení ankety 25 % dotazovaných rodičů odpovědělo, že by své dítě poslalo na tábor s cestovní kanceláří. Téměř nastejno získaly odpovědi škola (32 %) a Dům dětí a mládeže (30 %), pro které by již zmíněná cestovní kancelář mohla pořádat různé výlety či školy v přírodě.

Co se týče táborů samotných, tak jednoznačně více oblíbené jsou letní dětské tábory. Na zimní tábory většina dětí nejezdí, zájem jsem nezaregistrovala ani ve třídách se sportovním zaměřením. Důvody mohou být různé. Může jít o strach rodičů z úrazu dítěte, nezájem dětí o zimní sporty či vysoká finanční náročnost, kterou u zimního tábora musíme předpokládat. Nejde totiž jen o ceny vleků či lanovek, ale rodiče musí dítě na zimní tábor taktéž vybavit oblečením, lyžemi a botami na lyže.

Pobyt na zimním táboře by se měl dle průzkumu pohybovat kolem 5, maximálně 7 dní, letní tábory by se měly konat na 7 až 14 dní. Zde je značný rozdíl v názoru rodiče, jehož dítě navštěvuje základní školu se sportovním zaměřením či nikoliv. Dítě ze třídy se sportovním zaměřením by rodiče poslali na letní tábor o délce 14 dnů, dítě, které do sportovní třídy nechodí by rodiče poslali maximálně na 7 až 10 dní.

Průzkum rovněž ukázal, že téměř 70 % rodičů se shoduje, že když už by své dítě poslali na zimní tábor, tak výhradně do České republiky. U letních táborů jsou rodiče v 56 % stejného názoru, ve 38 % jim na místě nezáleží, což znamená, že by byli ochotni poslat dítě na tábor i do zahraničí.

Na ceny táborů mají rodiče velice odlišné názory. Ceny se pohybovaly u zimních táborů od 1 500 Kč do 5 000 Kč, ideálem pro většinu rodičů je cena mezi 2 000 a 3 000 Kč. U letních táborů byly ceny v rozmezí od 2 000 Kč do 10 000 Kč. Nejvíce se zde však objevovala hodnota 5 000 Kč. Za zmínku zde ještě stojí fakt, že rodiče dětí ze sportovních tříd jsou ochotni zaplatit za tábor svých dětí o něco vyšší částky, než rodiče, jejichž děti sportovní třídy nenavštěvují. Tuto odlišnost si vysvětlují tím, že rodiče dětí ze sportovních tříd jsou zvyklé na různá sportovní soustředění, která rovněž musí dotovat.

Předpokládaným programem zimního tábora by byla jednoznačně výuka lyžování, dále pak výuka snowboardingu a hry na sněhu. U letního tábora by převažoval program v podobě sportovního vyžití, dále pak putovní tábory, tábory s výukou cizích jazyků a nakonec tábory s uměleckými a dovednostními činnostmi. V základních školách bez sportovního zaměření vítězily tábory putovní, s výukou cizích jazyků, umělecké a dovednostní činnosti a až poslední místo obsadil sport.

Většina rodičů se shoduje, že ideální hranicí pro posláním svého dítěte prvně na letní dětský tábor je absolvování 1. třídy na základní škole. U zimního tábora je hranice posunuta na absolvování 3. třídy.

Žádné významné rozdíly mezi školou z centra Libereckého kraje (ZŠ Náměstí Míru) a z Lomnice nad Popelkou (okraj Libereckého kraje) jsem nenašla, snad jen výše ceny, kterou by rodiče byli ochotni zaplatit za tábor dítěte, ale nejde o nijak markantní rozdíl. A rozdíly u základní školy se sportovním zaměřením (ZŠ Dobiášova) jsem již zmínila výše.

Troufám si tedy říci, že se mi podařilo dokázat, že takováto cestovní kancelář by byla v Libereckém kraji jistě přínosem. Pomohla by k efektivnějšímu využití volného času dětí a mládeže a myslím, že je jen otázkou času, kdy na základě tohoto nápadu nějaká cestovní kancelář vznikne.

8 SEZNAM LITERATURY

1. DISMAN, M. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 1. vydání Praha : VŠE, 2004. ISBN 80-245-0799-4.
2. FORET, M. a FORETOVÁ V. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vydání Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X.
3. HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vydání Jihlava, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
4. HORNER, S. a SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. 1. vydání Praha : Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
5. MALÁ, V. *Cestovní ruch*. 1. vydání. Praha: VŠE, 1999.
6. PÁSKOVÁ, M. a ZELENKA, J. *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Ministerstvo pro místní rozvoj. Praha, 2002.
7. PETRŮ, Z. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1. vydání Praha : IDEA SERVIS, 1999.
8. RYDVALOVÁ, P. *Malé a střední podnikání*. 1. vydání Liberec : skripta TUL, 2002. ISBN 80-7083-561-3.
9. ZDVIHALOVÁ, R. *Porovnávání podnikatelských plánů při zakládání „sportovní“ cestovní kanceláře a cestovní agentury*, bakalářské práce. Liberec : FP TUL, 2005.
10. www.accka.cz
11. www.ackcr.cz
12. www.czechtourism.cz
13. www.mmr.cz
14. www.socr.cz

9 PŘÍLOHY

1. Vzorová anketa

PŘÍLOHA Č. 1

- doprovodný dopis + vzorová anketa

Milí dotazovaní,

jsem studentkou Technické univerzity v Liberci, oboru Sportovní management a následující anketa má posloužit jako podklad pro mou bakalářskou práci, která nese název „PRŮZKUM ZÁJMU O CESTOVNÍ KANCELÁŘ ORIENTOVANOU NA DĚTI A MLÁDEŽ“.

Proto se na Vás, na rodiče, obracím s prosbou o vyplnění této ankety a doufám, že se můj plán jednou i Vaší zásluhou stane skutečností.

S pozdravem

Renáta Langová
studentka 3. ročníku

ANKETA

Název: PRŮZKUM ZÁJMU O CESTOVNÍ KANCELÁŘ ORIENTOVANOU NA DĚTI A MLÁDEŽ

Cíl: Zjistit zájem o letní a zimní dětské tábory – jejich délku, cenu, umístění a organizaci, kterou by měly být pořádány.

Vámi vybranou odpověď označte křížkem, kde je třeba, vypište slovy.

Věk Vašeho dítěte:

1. Bylo Vaše dítě na zimním či letním táboře?

- ☐ ANO zima ☐ NE zima ☐ ANO léto ☐ NE léto

Jestliže jste odpověděl(a) na obě varianty NE, přejděte prosím k otázce číslo 5.

2. Uved'te, prosím, v kolika letech poprvé?

- ☐ ZIMA v letech ☐ LÉTO v letech

3. Jak dlouhý byl tento pobyt?

- ☐ ZIMA dní ☐ LÉTO dní

4. Jaká byla přibližná cena tohoto tábora?

- ☐ ZIMA Kč ☐ LÉTO Kč

5. Od kolika let Vám přijde vhodné poslat dítě na zimní či letní tábor?

a) ZIMA

- ☐ ještě před nástupem na ZŠ
☐ po absolvování 1. třídy
☐ po absolvování 2. třídy
☐ po absolvování 3. třídy
☐ jiné

b) LÉTO

- ☐ ještě před nástupem na ZŠ
☐ po absolvování 1. třídy
☐ po absolvování 2. třídy
☐ po absolvování 3. třídy
☐ jiné

6. Jak dlouhé tábory byste si pro své dítě představoval(a)?

a) ZIMA

- ☐ 3 dny
☐ 5 dní
☐ 7 dní
☐ 10 dní
☐ jiné

b) LÉTO

- ☐ 7 dní
☐ 10 dní
☐ 14 dní
☐ 21 dní
☐ jiné

7. Tábor by se měl konat:

a) ZIMA

- ☐ v České republice
- ☐ v zahraničí
- ☐ nezáleží na tom

b) LÉTO

- ☐ v České republice
- ☐ v zahraničí
- ☐ nezáleží na tom

8. V jakých maximálních cenových relacích by Vám letní a zimní tábory vyhovovaly?

- napsaná cena je konečná, měla by pokrýt všechny výdaje (mimo osobní útraty)

a) ZIMA

- ☐ Česká republika: Kč
- ☐ zahraničí: Kč

b) LÉTO

- ☐ Česká republika: Kč
- ☐ zahraničí: Kč

9. Jaký byste zvolil(a) program tábora? (zde můžete označit více odpovědí)

a) ZIMA

- ☐ výuka lyžování
- ☐ výuka snowboardingu
- ☐ hry na sněhu
- ☐ pěší vycházky
- ☐ jiné

b) LÉTO

- ☐ putovní
- ☐ s výukou cizích jazyků
- ☐ umělecké a dovednostní činnosti
- ☐ sportovní zaměření
- ☐ jiné

10. Jakou organizaci pro pořádání letních a zimních táborů upřednostníte?

- ☐ školu, kam Vaše dítě dochází (školní pedagogové)
- ☐ cestovní kancelář zaměřenou na děti a mládež (kvalifikovaní instruktoři a pedagogové)
- ☐ dům dětí a mládeže (vedoucí zájmových aktivit)
- ☐ jinou organizaci (vypište slovy)

Děkuji za Váš čas a odpovědi!!!